



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR SU DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORA: MEJÍA, G. Mireya G.

DIRECTOR: ING. GUERRA, Vinicio

IBARRA, JUNIO DEL 2012.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto fue elaborado para determinar la factibilidad de crear una unidad productiva dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo y las respectivas estrategias para generar demanda en el consumidor final de Ibarra. Para ello se desarrolló en el primer capítulo un diagnóstico situacional del entorno estableciendo los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos, de negocio

Posteriormente se realizó un estudio de mercado, en el que se pudo determinar la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha del producto, y, también se determinó las estrategias para generar demanda en el consumidor final.

En el Estudio Técnico se determinó que la localización óptima del proyecto es en Santa Rosa del Tejar ya que el lugar posee las condiciones necesarias para que el proyecto se desarrolle sin ningún problema, también se estableció los procesos de producción más adecuados y eficientes para la empresa.

A fin de garantizar el éxito de la microempresa se evaluó el valor de la inversión requerida, y los principales indicadores de rentabilidad y de recuperación de la inversión, también se determinó la necesidad de financiamiento y las repercusiones del mismo en el proyecto, dichos aspectos arrojaron resultados positivos, con respecto a la rentabilidad.

Para desarrollar con normalidad las actividades se diseñó la estructura organizativa de la empresa y el modus operandi de la misma.

También se determinaron impactos en diferentes ámbitos los mismos que para el presente proyecto resultan beneficios tanto para la empresa como para la sociedad. Con todo lo manifestado queda demostrada la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto, así como los resultados positivos, para el entorno que afianzan la certeza de su viabilidad.

## EXECUTIVE SUMMARY

This project was designed to determine the creating feasibility of a business production unit, aimed to process and market meat rabbit, furthermore the respective strategies to generate demand in the end consumer of Ibarra city. For this purpose, it has been developed a site business environment diagnostic such as Allies, Oponents, Opportunities and Risks. This outcome could determine the demand, supply and unsatisfied demand of the product, also was found strategies to generate product demand to the end consumer. In the Technical research was found that the optimal location of the project is in Santa Rosa del Tejar since the place reunite the project needed conditions to run without problems, it also setup the appropriate and efficient production process. In order to ensure the small enterprise success, the amount of investment required was evaluated also the main indicators of profitability and return on investment, was also screened the need for funding and the side effects in the very same project, these issues cast positive results. To develop activities with normality was designed the company's organizational structure and enterprise ***modus operandi***. With everything explained is expressed the feasibility for implementation of the project as well as the affirmative outcome for the environment analyzed that assures the project's viability.

## AUTORÍA

Yo, **Mireya Guadalupe Mejía Galárraga**, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100269356 -0, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO, Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

---

Mireya Mejía

100269356 - 0

## CERTIFICACIÓN

En, mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada **Mireya Guadalupe Mejía Galárraga**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR SU DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

En la ciudad de Ibarra a los 18 días de junio del 2012.

Firma

ING. VINICIO GUERRA

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **MIREYA GUADALUPE MEJÍA GALARRAGA**, con cédula de identidad Nro. 1002693560, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR SU DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL EN LA CIUDAD DE IBARRA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Mireya Mejía

1002693560

Ibarra, a los 18 días del mes de junio del 2012.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1 IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en forma digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002693560		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	MIREYA GUADALUPE MEJÍA GALÁRRAGA		
<b>DIRECCIÓN:</b>			
<b>EMAIL:</b>			
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL EN LA CIUDAD DE IBARRA"</b>
<b>AUTOR:</b>	
<b>FECHA:</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	Pregrado
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría
<b>DIRECTOR:</b>	Ing. Vinicio Guerra

## **2 AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, MIREYA GUADALUPE MEJÍA GALÁRRAGA, con cédula de identidad Nro. 1002693560, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3 CONSTANCIAS**

El autor que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo que se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días de junio del 2012.

EL AUTOR:

Firma

Nombre:

CCI:

ACEPTACIÓN:

Firma

Nombre:

Cargo: Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

## DEDICATORIA

*Dedico el presente trabajo a mi madre quien con su cariño y consejos supo guiarme en mis estudios y en mi vida de la mejor manera.*

*Y a mi familia por su constante apoyo y sus valiosos consejos.*

*Mireya*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por ser la guía y la fuerza en mi camino para poder avanzar.*

*A mi madre por su gran amor y apoyo incondicional.*

*A mi familia, por su cariño, y sus valiosos consejos.*

*A mis catedráticos, de manera especial al Ing. Vinicio Guerra, asesor del presente proyecto, por compartir sus conocimientos y experiencias para el correcto desarrollo del proyecto.*

*A mis amigos y todas las personas que de una u otra manera han sabido ayudarme.*

*Mireya Mejía*

## PRESENTACIÓN

En Ecuador existe un sinnúmero de productos, que al no ser de tradicional comercialización, no son explotados a grandes escalas a pesar de que poseen importantes poderes nutritivos y un muy agradable sabor. La carne de conejo es un producto rentable por la velocidad del animal en su reproducción, que bien introducido tendrá importantes niveles de aceptación en el consumidor ibarreseño, y que en el futuro se expandirá a otras plazas. El hecho de ser comercializado como carne y no en pie, facilitará su consumo en los hogares ya que se eliminará la dificultad de faenamiento para las amas de casa que ante todo buscan brindar en sus hogares alimentos que preserven lo más preciado, la salud de su familia.

Utilizado como materia prima optimizará tiempos y costos, en los salones que lo preparen, generándoles más rentabilidad.

Por las razones antes enunciadas, el presente trabajo se enfoca en el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo, y a fin de asegurar su éxito se ha desarrollado un estudio de factibilidad que tiene el siguiente contenido:

Capítulo I Diagnóstico Situacional.- En este capítulo se define el problema y las posibilidades de inversión a través del análisis del entorno, en donde se plantea ejecutar el proyecto.

Capítulo II Marco Teórico.- Contiene las bases teóricas, cuya fuente proviene de libros, páginas web, y otros documentos bibliográficos que han servido de aporte en la investigación de la factibilidad de la creación la unidad productiva, así como también de los procesos de producción, procesamiento y comercialización.

Capítulo III Estudio de Mercado.- En dicho capítulo se procedió a analizar los resultados arrojados de la investigación preliminar, obtenida de encuestas y entrevistas, con dicha información se pudo establecer un pronósticos de mercado y las estrategias idóneas de introducción en el mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico.- Se llegó a determinar la localización más adecuada del proyecto, la distribución y diseño de la unidad productiva, también se determinó la capacidad de producción, y el proceso cronológico y ordenado para lograr la eficiencia y rentabilidad.

Capítulo V Estudio Económico.- Se procedió a establecer el presupuesto de inversión, ingresos, costos, y Estados Financieros proyectados. También se calculó los indicadores básicos, que permiten concluir la viabilidad y rentabilidad de la empresa, con los procesos planteados.

Capítulo VI Organización de la Microempresa.- En este capítulo se desarrolla un análisis de la estructura administrativa y constitución legal de la empresa mediante el planteamiento de la Visión, Misión, objetivos organizacionales y la estructura orgánica funcional.

Capítulo VII Impactos.- Describe las consecuencias favorables y desfavorables que ocasionará la creación de la unidad productiva en los ámbitos: socio – económico, comercial, educativo – cultural, salud y ambiental.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxvii

## CAPÍTULO I

<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	<b>34</b>
<b>ANTECEDENTES</b>	<b>34</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>35</b>
Objetivo General	35
Objetivos Específicos	35
<b>VARIABLES DIAGNÓSTICAS</b>	<b>35</b>
Indicadores	36
Matriz de Relación Diagnóstica	38
Identificación de la población	42
<b>CÁLCULO DE LA MUESTRA</b>	<b>42</b>
<b>DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>43</b>
<b>EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>44</b>
<b>ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO</b>	<b>63</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, DIAGNÓSTICO CON CAUSAS Y EFECTOS.</b>	<b>64</b>

## CAPÍTULO II

<b>MARCO TEÓRICO</b>	65
<b>LA EMPRESA</b>	65
Concepto de Empresa	65
Objetivos de una Empresa	65
Clasificación de la Empresa	66
<b>LA UNIDAD PRODUCTIVA</b>	66
Creación de una Unidad Productiva	67
Requisitos de carácter interno	67
Requisitos de carácter externo	67
Fuentes de financiamiento para la Unidad Productiva	68
Componentes de una Unidad Productiva	68
Activos	68
Activos Corrientes	68
Propiedad, Planta y Equipo	69
Activos Intangibles	70
Pasivos	71
Estado de Cambios en el Patrimonio	71
<b>LA CONTABILIDAD</b>	72
Contabilidad de costos	72
Elementos del costo	73
Materia prima directa	73
Mano de obra directa	73
Gastos generales de fabricación	73
Diferencia entre costos y gastos	73
Gastos administrativos	74
Gastos de ventas	74
Gastos financieros	74
<b>LA CUNICULTURA</b>	74
<b>EL CONEJO</b>	75
Información general	75

Razas	75
Principales características	76
Razas medianas	76
Razas gigantes	77
Razas para peletería	77
Enfermedades y afecciones	80
Tratamientos	83
Mascotas	83
<b>CRÍA Y REPRODUCCIÓN</b>	83
Edad para la reproducción	83
Fecundación	84
Época de reproducción	84
Ritmo reproductivo	85
Gestación	85
El parto	86
Cría y lactancia de los gazapos	86
Destete de los gazapos	87
<b>ALIMENTACIÓN</b>	87
Normas generales para una buena alimentación	87
Requerimientos nutritivos del conejo	89
Suministro de agua	90

### **CAPÍTULO III**

<b>ESTUDIO DE MERCADOS</b>	91
<b>PRESENTACIÓN</b>	91
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO</b>	91
Productos sustitutos	92
Productos complementarios	93
<b>MERCADO META</b>	93
Segmento De Mercado	93
<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>	93

Demanda potencial	93
Demanda real	94
<b>ANÁLISIS DE LA OFERTA</b>	95
<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	96
Análisis De La Competencia	97
<b>PRECIO DEL PRODUCTO</b>	97
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	98
<b>SENSIBILIDAD DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA</b>	99
<b>ESTRATEGIAS PARA GENERAR DEMANDA EN EL</b>	
<b>CONSUMIDOR FINAL</b>	99
<b>MARKETING MIX O MIX DE MERCADO</b>	100
Producto	100
Precio	103
Plaza o distribución	104
Promoción	104
Servicio	104
<b>CONCLUSIONES DEL ESTUDIO</b>	107

## CAPÍTULO IV

<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	
<b>UBICACIÓN DE LA UNIDAD PRODUCTIVA</b>	108
<b>MACROLOCALIZACIÓN</b>	109
Provincia	109
Cantón	110
<b>MICROLOCALIZACIÓN</b>	110
Vías De Acceso	111
<b>DISEÑO DE LAS INSTALACIONES</b>	111
<b>CRIADEROS</b>	111
Planificación de un criadero	111
Requisitos del lugar a ocupar	111
Dedicación y demanda de tiempo en la cría del conejo	112

Superficie mínima necesaria	112
Jaulas y tinglados	113
Ubicación de las jaulas	114
<b>TAMAÑO DEL PROYECTO</b>	115
<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</b>	115
Materia prima requerida	121
Pautas de alimentación	122
Talento humano requerido	123
<b>DETERMINACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO</b>	124
Recuperación y pesaje	125
Aturdimiento	125
Despellejado	125
Eviscerado	126
Trozado de la canal	127
Manejo de desechos	129
Empacado	129
Refrigeración	129
Transporte del producto congelado	129
Instalaciones y accesorios para faenamiento y sacrificio	130
Frigoríficos	130
<b>FLUJOGRAMA DE PROCESOS</b>	131
Simbología	132
<b>PRESUPUESTO TÉCNICO</b>	132
<b>SEGUIMIENTO Y MONITOREO</b>	133

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO ECONÓMICO</b>	134
<b>PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN</b>	134
Capital de Trabajo	135
<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA INICIAL</b>	136
<b>PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS</b>	137

Proyección de Ventas	137
<b>PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>139</b>
Proyección de Sueldos y Salarios	141
Proyección de Costos Indirectos de Fabricación	143
Presupuesto de Costos y Gastos	145
Proyección de Gastos Financieros	145
<b>PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>149</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>150</b>
<b>EVALUACIÓN DEL VAN, TIR, BENEFICIO – COSTO</b>	<b>151</b>
Tasa de Rendimiento Medio	151
Calculo del Van o Valor Actual Neto	152
Calculo del TIR o Tasa Interna de Retorno	152
Período de Recuperación de La Inversión	154
<b>COSTO BENEFICIO</b>	<b>155</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>156</b>
<b>SENSIBILIZACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>158</b>
Escenario 1: Si el volumen de ventas se incrementa en un 15%	158
Escenario 2: Si el volumen de ventas se reduce en un 15%	179
<b>CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO</b>	<b>201</b>

## **CAPÍTULO VI**

<b>ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA</b>	<b>202</b>
<b>ESTRUCTURA ESTRTEGICA</b>	<b>202</b>
Nombre de la microempresa	202
Importancia de la empresa	202
Beneficiarios de la empresa	202
<b>FILOSOFÍA DE LA MICROEMPRESA</b>	<b>203</b>
Misión	203
Visión	204
Objetivos micro empresariales	204

<b>POLÍTICAS</b>	204
<b>PRINCIPIOS Y VALORES</b>	205
Principios	205
Valores	206
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	207
<b>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL</b>	207
<b>NIVELES ADMINISTRATIVOS</b>	207
Nivel legislativo	207
Nivel directivo	208
Nivel asesor	208
Nivel auxiliar	208
Nivel operativo	208
<b>IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES</b>	208
Junta General De Socios	208
Gerente General	208
Contador General	209
Veterinario	210
Operarios de producción	211
<b>MARCO LEGAL DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA</b>	212
Figura jurídica de la microempresa	212
Tipo de empresa	212
Objeto social	213
Sector económico	213
Permiso de funcionamiento	213
Registro Único de Contribuyentes RUC	213
Patente municipal	214
Permiso sanitario de funcionamiento	214

## **CAPÍTULO VII**

<b>IMPACTOS DEL PROYECTO</b>	215
Impacto socio - económico	216

Impacto comercial	218
Impacto educativo – cultural	219
Impacto salud	220
Impacto ambiental	221
<b>IMPACTO GLOBAL</b>	<b>223</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>224</b>
Conclusiones	224
Recomendaciones	226
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>228</b>
<b>LINCOGRAFÍA</b>	<b>231</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>232</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>Pág.</b>
1	MATRIZ DE RELACION DIAGNÓSTICA	38
2	PREFERENCIAS CARNICAS DEL CONSUMIDOR	53
3	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	54
4	CONOCIMIENTO DE LA PROBLACIÓN DE LA CARNE DE CONEJO	55
5	DEGUSTACIÓN DEL PRODUCTO	56
6	FACTORES INFLUYENTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO	57
7	INGRESOS DE LA POBLACIÓN	58
8	GASTO MENSUAL DE LA POBLACIÓN EN ALIMENTOS PREPARADOS	59
9	PREDISPOSICIÓN AL CONSUMO DE CARNE DE CONEJO	60
10	PREFERENCIAS POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA POBLACIÓN	61
11	LUGARES DE EXPENDIO DE CARNE	62
12	CAMBIOS EN LA ALIMENTACIÓN	88
13	REQUERIMIENTOS NUTRITIVOS DEL CONEJO	89
14	COLESTEROL EN RELACIÓN A PRODUCTOS SUSTITUTOS	92
15	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA	94
16	DEMANDA PROYECTADA	95
17	OFERTA PROYECTADA	96
18	DEMANDA INSATISFECHA	97

<b>19</b>	<b>PRECIOS DE VENTA</b>	<b>98</b>
<b>20</b>	<b>MATRIZ DE FACTORES</b>	<b>108</b>
<b>21</b>	<b>ETAPAS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>112</b>
<b>22</b>	<b>REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>115</b>
<b>23</b>	<b>CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>116</b>
<b>24</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN PRIMER AÑO</b>	<b>117</b>
<b>25</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SEGUNDO AÑO</b>	<b>118</b>
<b>26</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN TERCER AÑO</b>	<b>119</b>
<b>27</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN CUARTO AÑO</b>	<b>120</b>
<b>28</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN QUINTO AÑO</b>	<b>121</b>
<b>29</b>	<b>INCREMENTO DE PIES DE CRÍA</b>	<b>122</b>
<b>30</b>	<b>ALIMENTO REQUERIDO</b>	<b>123</b>
<b>31</b>	<b>REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO</b>	<b>123</b>
<b>32</b>	<b>CÁLCULO DE HORAS HOMBRE</b>	<b>124</b>
<b>33</b>	<b>PRESUPUESTO TÉCNICO</b>	<b>132</b>
<b>34</b>	<b>PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN</b>	<b>134</b>
<b>35</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>135</b>
<b>36</b>	<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL</b>	<b>136</b>
<b>37</b>	<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>138</b>
<b>38</b>	<b>PROYECCION DE VENTAS EN KG DE CARNE</b>	<b>139</b>
<b>39</b>	<b>REQUERIMIENTO DE ALIMENTO EN KILOGRAMOS (MPD)</b>	<b>140</b>
<b>40</b>	<b>INCREMENTO Y REPOSICIÓN DE PIES DE CRIA</b>	<b>140</b>
<b>41</b>	<b>PROYECCIÓN DE COSTOS DE VACUNAS</b>	<b>141</b>

<b>42</b>	<b>DATOS HISTÓRICOS DE INCREMENTOS DE SUELDOS</b>	<b>141</b>
<b>43</b>	<b>SUELDOS Y SALARIOS MENSUALES</b>	<b>142</b>
<b>44</b>	<b>SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS ANUALES</b>	<b>143</b>
<b>45</b>	<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>144</b>
<b>46</b>	<b>PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>145</b>
<b>47</b>	<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>	<b>146</b>
<b>48</b>	<b>GASTOS FINANCIEROS MENSUALES</b>	<b>148</b>
<b>49</b>	<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>149</b>
<b>50</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>150</b>
<b>51</b>	<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	<b>151</b>
<b>52</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES</b>	<b>152</b>
<b>53</b>	<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>154</b>
<b>54</b>	<b>VAN DE INGRESOS</b>	<b>155</b>
<b>55</b>	<b>VAN DE EGRESOS</b>	<b>156</b>
	<b>PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES DURANTE EL</b>	
<b>56</b>	<b>PRIMER AÑO</b>	<b>157</b>
<b>57</b>	<b>PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN</b>	<b>158</b>
<b>58</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>159</b>
<b>59</b>	<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL</b>	<b>160</b>
<b>60</b>	<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>162</b>
<b>61</b>	<b>REQUERIMIENTO DE ALIMENTO EN KG (MPD)</b>	<b>162</b>
<b>62</b>	<b>INCREMENTO Y REPOSICIÓN DE PIES DE CRÍA</b>	<b>163</b>
<b>63</b>	<b>PROYECCIÓN DE COSTO DE VACUNA</b>	<b>163</b>

<b>64</b>	<b>DATOS HISTÓRICOS DE INCREMENTO DE SUELDOS</b>	<b>164</b>
<b>65</b>	<b>SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS MENSUALES</b>	<b>165</b>
<b>66</b>	<b>SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS ANUALES</b>	<b>165</b>
<b>67</b>	<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>166</b>
<b>68</b>	<b>PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>167</b>
<b>69</b>	<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>	<b>168</b>
<b>70</b>	<b>GASTOS FINANCIEROS ANUALES</b>	<b>170</b>
<b>71</b>	<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>171</b>
<b>72</b>	<b>FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN</b>	<b>172</b>
<b>73</b>	<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	<b>173</b>
<b>74</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>174</b>
<b>75</b>	<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>176</b>
<b>76</b>	<b>VAN DE INGRESOS</b>	<b>177</b>
<b>77</b>	<b>VAN DE EGRESOS</b>	<b>177</b>
	<b>PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES DURANTE EL</b>	
<b>78</b>	<b>PRIMER AÑO</b>	<b>178</b>
<b>79</b>	<b>PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN</b>	<b>179</b>
<b>80</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>180</b>
<b>81</b>	<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL</b>	<b>181</b>
<b>82</b>	<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>183</b>
<b>83</b>	<b>REQUERIMIENTO DE ALIMENTO EN KG (MPD)</b>	<b>183</b>
<b>84</b>	<b>INCREMENTO Y REPOSICIÓN DE PIES DE CRÍA</b>	<b>184</b>
<b>85</b>	<b>PROYECCIÓN DE COSTO DE VACUNA</b>	<b>184</b>

<b>86</b>	DATOS HISTÓRICOS DE INCREMENTO DE SUELDOS	185
<b>87</b>	SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS MENSUALES	186
<b>88</b>	SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS ANUALES	187
<b>89</b>	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	188
<b>90</b>	PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS	189
<b>91</b>	TABLA DE AMORTIZACIÓN	190
<b>92</b>	GASTOS FINANCIEROS ANUALES	192
<b>93</b>	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	193
<b>94</b>	FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	194
<b>95</b>	COSTO DE OPORTUNIDAD	195
<b>96</b>	FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES	195
<b>97</b>	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	198
<b>98</b>	VAN DE INGRESOS	199
<b>99</b>	VAN DE EGRESOS	199
	PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES DURANTE EL	
<b>100</b>	PRIMER AÑO	200
<b>101</b>	NIVELES DE IMPACTOS	216
<b>102</b>	MATRIZ DE IMPACTO SOCIO ECONÓMICO	216
<b>103</b>	MATRIZ IMPACTO COMERCIAL	218
<b>104</b>	MATRIZ IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL	219
<b>105</b>	MATRIZ IMPACTO SALUD	220
<b>106</b>	MATRIZ IMPACTO AMBIENTAL	221
<b>107</b>	MATRIZ IMPACTO GLOBAL	223

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>Pág.</b>
1	PREFERENCIAS CÁRNICAS DEL CONSUMIDOR	53
2	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	54
3	CONOCIMIENTO DE LA PROBALCIÓN DE LA CARNE DE CONEJO	55
4	DEGUSTACIÓN DEL PRODUCTO	56
5	FACTORES INFLUYENTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO	57
6	INGRESOS DE LA POBLACIÓN	58
7	GASTO MENSUAL DE LA POBLACIÓN EN ALIMENTOS PREPARADOS	59
8	PREDISPOSICIÓN AL CONSUMO DE CARNE DE CONEJO	60
9	COMUNICACIÓN DE LA POBLACIÓN	61
10	LUGARES DE EXPENDIO DE CARNE	62
11	RAZA CALIFORNIA	76
12	RAZA NEOZELANDES BLANCO	77
13	CHINCHILLA GIGANTE	78
14	GIGANTE FLAMENCO	78
15	ANGORA FRANCES	79
16	CONEJO REX	80
17	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	99
18	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	101
19	ETIQUETA	102

<b>20</b>	<b>LOGOTIPO</b>	<b>103</b>
<b>21</b>	<b>HOJA VOLANTE</b>	<b>106</b>
<b>22</b>	<b>MACROLOCALIZACIÓN</b>	<b>109</b>
<b>23</b>	<b>MICROLOCALIZACIÓN</b>	<b>110</b>
<b>24</b>	<b>JAULAS</b>	<b>114</b>
<b>25</b>	<b>FISIOLOGÍA DEL CONEJO</b>	<b>126</b>
<b>26</b>	<b>ETAPAS DE EVISCERADO DE CONEJO</b>	<b>127</b>
<b>27</b>	<b>TROZADO DE LA CANAL</b>	<b>128</b>
<b>28</b>	<b>MODELO DE FRIGORÍFICO</b>	<b>130</b>
<b>29</b>	<b>FLUJOGRAMA DE PROCESOS</b>	<b>131</b>
<b>30</b>	<b>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL</b>	<b>207</b>

## INTRODUCCIÓN

La domesticación del conejo tiene su origen a comienzos del siglo XI en el sur de Europa y norte de África. A principios del siglo XIX, esta producción toma mayor fuerza en toda Europa occidental especialmente en zonas rurales y entre los obreros de barrios periféricos.

Durante segunda guerra mundial se desarrolló la cría de conejos en Europa y Japón, para permitir a las poblaciones hacer frente a la penuria de carne procedente de las especies grandes.

En Ecuador el conejo es un producto no tradicional de exportación, motivo por el cual esta clase de animal está categorizado en la clasificación de animales menores.

El conejo es una animal mamífero, relativamente fácil de criar, su ciclo de reproducción es corto y muy rápido tanto que las madres pueden llegar a gestar y amamantar al mismo tiempo, es una criatura eminentemente herbívora, con baja cantidad de grasa, alto contenido proteínico y vitamínico, además, posee un cuerpo alargado que da origen a una cantidad importante de subproductos que pueden ser comercializados tales como el pelo, cueros, estiércol, entre otros.

Nuestro país cuenta con inmejorables condiciones climáticas para el desarrollo de esta especie, las provincias en las que se reporta mayor crecimiento de esta actividad son: Pichincha, Loja, Azuay, Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua, sin embargo también reportan producción aunque en menor escala las provincias de Cañar, Imbabura, Bolívar y Carchi.

A nivel nacional se cuenta con 71951 unidades productivas de diferentes tamaños que producen alrededor de 515809 ejemplares, según datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en el último Censo Nacional Agropecuario al 2006.

Cabe recalcar también que a muchas personas les disgusta el faenamiento que se le da a este tipo de ganado menor, por lo que es muy importante para la unidad productiva a crearse adoptar mecanismos que reduzcan la tortura del animal al momento de su sacrificio y por consiguiente de como resultado una carne más sana y sin mayores cantidades de adrenalina.

En definitiva la cunicultura puede representar una actividad con valor agregado muy poco desarrollada en Ibarra y en Imbabura, pero con gran potencial para el futuro.

## JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto busca enfrentar dos problemas latentes en nuestra sociedad actual: el desempleo con niveles cada vez más elevados y la falta de conciencia nutricional en el consumo de productos cárnicos en nuestro diario vivir.

La Unidad productiva a crearse está destinada al procesamiento y comercialización de carne de conejo, la misma que será reconocida por procesar y expender un producto rico en proteínas, vitaminas y minerales, de fácil digestibilidad, reducido en calorías y con bajos porcentajes de grasa saturada, adecuado para prevenir o atenuar enfermedades cardiovasculares, así como también recomendado en la alimentación de niños y ancianos diabéticos.

La actividad cunícula es factible de realizar en Imbabura ya que requiere poca superficie para su implementación, se adapta a ámbitos suburbanos y cercanos a zonas densamente pobladas, por lo que se puede aprovechar la disponibilidad de un terreno apto para esta actividad ubicado en la zona de Santa Rosa del Tejar en el sureste de la ciudad de Ibarra.

Los réditos económicos serán para los inversionistas propietarios del terreno antes mencionado, quienes pertenecen a un grupo familiar interesado en conformar una empresa que aparte de contribuir al desarrollo económico social de la población ibarreña mediante la generación de empleo, pretenden también hacer de la provincia de Imbabura un referente gastronómico con una nueva propuesta.

La industrialización y comercialización de carne de conejo es una propuesta original, ya que en la provincia nadie ha desarrollado un estudio de factibilidad que demuestre que la empresa va a ser rentable y por ello las personas interesadas en degustar de este producto se limitan

únicamente a consumirlo mediante una preparación rústica de tipo familiar, sin mayor control sanitario, solo para ocasiones especiales.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Determinar la factibilidad para la creación de una unidad productiva dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo y estrategias para generar demanda en el consumidor final de la ciudad de Ibarra.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Realizar un diagnóstico de la viabilidad del Proyecto mediante el análisis de las Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del negocio.
- Determinar la oferta y la demanda existente en la sociedad ibarreña con respecto al consumo de carne de conejo.
- Conocer las condiciones que el producto debe reunir y que el cliente requiere, para desarrollar estrategias que generen demanda en el consumidor final.
- Analizar precios y costos idóneos para la creación de la unidad productiva.
- Descubrir los canales de distribución y medios más adecuados para dar a conocer el producto.
- Elaborar un estudio económico financiero para determinar la rentabilidad del proyecto mediante la utilización de Índices Financieros que comprueben las ventajas de la inversión.
- Identificar la tecnología, materia prima, insumos y demás elementos productivos necesarios para obtener un producto de calidad y la

disponibilidad de los mismos, mediante la elaboración de la Ingeniería del Proyecto.

- Analizar los impactos resultantes de la creación de esta unidad productiva, y su contribución en el desarrollo de la sociedad.

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio descriptivo, pues trata de investigar la producción y comercialización, de un producto cárnico proveniente del conejo. Se busca conocer el sector donde se implantará la microempresa, las características principales del mercado potencial, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los factores más importantes. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como libros, tesis y otro tipo de estudios, que buscan sustentar la investigación.

# **CAPÍTULO I**

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1. ANTECEDENTES**

El efecto de la globalización tanto en la ganadería como en otros sectores productivos ha impulsado la necesidad de generar nuevas actividades productivas, tales como la cunicultura. La misma que no es una actividad que se haya desarrollado en la localidad a grandes escalas, quizá por desconocimiento de su correcto desarrollo y de los beneficios nutricionales provenientes del consumo de carne de conejo.

En el presente proyecto se plantea el desarrollo de la actividad cunícola mediante la creación de una Unidad Productiva dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo en la ciudad de Ibarra, en la Zona de Santa Rosa del Tejar.

El Barrio Santa Rosa del Tejar se encuentra ubicado, en la parroquia La Esperanza, cantón San Miguel de Ibarra, provincia de Imbabura. Sus pobladores en su mayoría se dedican a la agricultura, y a la ganadería de animales menores y aves, para autoconsumo y en menor escala para la venta.

Cuenta con un ambiente y clima adecuado para la producción cunícola, al estar cerca de proveedores de insumos, alimentos y clientes y a la vez alejado del ruido y la contaminación que son factores perjudiciales para este tipo de animales.

En el presente capítulo se realizará un diagnóstico de la situación del producto en el mercado mediante la consecución de los siguientes objetivos:

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.2 OBJETIVO GENERAL:**

Realizar un análisis profundo y sistemático de una serie de variables e indicadores que permitirán determinar la factibilidad para la creación de una Unidad Productiva dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo, con la respectiva generación de su demanda por parte del consumidor final en la ciudad de Ibarra.

### **➤ OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Determinar la oferta y la demanda existente en la sociedad local.
- Conocer las condiciones que debe reunir el producto para la satisfacción del consumidor.
- Analizar los ingresos del consumidor de manera que en lo posterior de la investigación se pueda determinar precios idóneos para la comercialización del producto.
- Determinar los canales de distribución idóneos para lograr el éxito en la comercialización del producto.
- Descubrir los mecanismos más adecuados para la introducción del producto en el mercado.

### **1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- Mercado
- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

## **1.4 INDICADORES**

### **➤ INDICADORES DE MERCADO**

- Oferta
- Demanda
- Demanda insatisfecha
- Demanda potencial
- Competencia

### **➤ INDICADORES PRODUCTO**

- Procesos de producción
- Control de Calidad
- Conocimiento de componentes nutricionales
- Presentación del producto
- Utilización del abono orgánico
- Tiempo de producción
- Cantidad de producción
- Atributos del producto

### **➤ INDICADORES DE PRECIO**

- Ingresos del consumidor
- Precios de productos sustitutos
- Rentabilidad
- Precio de venta
- Mecanismos para determinar el precio
- Financiamiento

### **➤ INDICADORES DE PLAZA**

- Lugar de compra
- Lugar de venta
- Canales de Distribución
- Destino de la producción

➤ **INDICADORES PROMOCIÓN**

- Estrategias de introducción del producto
- Estrategias de ventas
- Mecanismo de promoción.

## 1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO NRO. 1

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO
1) Determinar la oferta y la demanda en la sociedad local	MERCADO	Oferta	Primaria	Entrevista	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
		Demanda	Primaria	Encuestas y Entrevista	Consumidores de Ibarra y propietarios de comidas típicas
		Demanda Insatisfecha	Primaria	Encuestas y entrevista	Consumidores de Ibarra y productores de conejo
		Demanda Potencial	Primaria	Encuesta	Consumidores de Ibarra
		Competencia	Primaria	Entrevista	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
2) Conocer las condiciones que deber reunir el producto para la satisfacción del consumidor.	PRODUCTO	Procesos de Producción	Primaria y secundaria	Entrevista e investigación documental	Productores de conejo y bibliografía relacionada
		Control de Calidad	Primaria	Entrevista y encuesta	Productores de conejo y consumidores de Ibarra

		Conocimiento de Componentes nutricionales	Primaria y secundaria	Entrevista e investigación documental	Productores de conejo y bibliografía relacionada
		Presentación del Producto	Primaria	Encuestas y entrevistas	Consumidores de Ibarra, productores de conejo, Propietarios de salones de comidas típicas.
		Utilización del abono orgánico	Primaria y secundaria	Entrevista e investigación documental	Productores de conejo y bibliografía relacionada
		Tiempo de Producción	Primaria y Secundaria	Entrevistas e Investigación documental	Productores de conejo y Bibliografía relacionada
		Cantidad de Producción	Primaria y Secundaria	Entrevista e Investigación documental	Productores de conejo, Propietarios de salones de comidas típicas y Bibliografía relacionada
		Atributos del Producto	Primaria y Secundaria	Encuesta, Entrevista e Investigación documental	Consumidores de Ibarra, productores de Conejo, Bibliografía relacionada

3) Analizar los ingresos del consumidor de manera que en lo posterior de la investigación se pueda determinar los precios idóneos para la comercialización del producto	PRECIO	Ingresos del consumidor	Primaria	Encuestas	Consumidores de Ibarra
		Precios de productos sustitutos	Primaria	Entrevistas	Propietarios de salones de comida típica
		Rentabilidad	Primaria y Secundaria	Entrevista, Investigación documental	Productores de conejo , Propietarios de salones de comidas típicas, Bibliografía relacionada
		Precio de venta	Primaria	Entrevistas	Propietarios de salones de comida típica
		Mecanismos para determinar el precio	Primaria	Entrevistas	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
		Financiamiento	Primaria	Entrevistas	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
4) Determinar la oferta y la demanda existente en la sociedad Local	PLAZA	Lugar de compra	Primaria	Entrevista	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
		Lugar de Venta	Primaria	Entrevista	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica

		Canales de Distribución	Primaria	Entrevista	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
		Destino de la producción	Primaria	Entrevista	Productores de carne de conejo Y Propietarios de salones de comidas típicas
5) Descubrir los mecanismos más adecuados para la introducción del producto en el mercado	PROMOCIÓN	Estrategias de introducción del producto	Primaria y Secundaria	Entrevistas e Investigación documental	Productores de conejo Bibliografía relacionada
		Estrategias de ventas	Primaria	Entrevistas	Productores de conejo y Propietarios de salones de comida típica
		Mecanismos de promoción	Primaria y Secundaria	Encuestas, Investigación documental	Consumidores de la ciudad de Ibarra, Presentación de productos similares

**Elaborado Por: la Autora**

**Fuente: Investigación de Campo**

## 1.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

El cálculo de la muestra para el presente trabajo estará basado en el número de consumidores del área urbana de la ciudad de Ibarra la misma que en el año 2001 fue 107262, y que proyectada al 2010, de acuerdo a un nivel de crecimiento del 2.3% anual de acuerdo a datos proporcionados por el INEC, da como resultado una población de 131622 personas.

**FUENTE: Municipalidad de Ibarra, Línea Base RRNN.**

## 1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * z^2 * \delta^2}{E^2 (N - 1) + z^2 \delta^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

$\delta$  = varianza = 0.25

Z = nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

E = nivel de error (5 % para población finita hasta 1000, 3% para población infinita mas de 1000).

**SOLUCIÓN:**

$$n = \frac{131622 * (1.96)^2 * 0.25^2}{(0.03)^2(131622 - 1) + (1.96)^2 * 0.25^2}$$

$$\frac{131622 * (3.8416) * 0.0625}{(0.0009)(131621) + (3.8416)(0.0625)}$$
$$\frac{31602.44}{118.45 + 0.2401}$$

31602.44/118.69 = 266.26 o 266 **ENCUESTAS A CONSUMIDORES DE IBARRA**

## **1.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Para el adecuado desarrollo del proyecto y la consecución de datos precisos que permitan lograr el éxito de la unidad productiva a crearse se aplicarán las siguientes técnicas:

- **ENTREVISTAS:**

La entrevista se realizará a personas que tengan experiencia en el manejo de unidades productivas similares a esta, ya sean propietarios de criaderos y de salones que vendan al conejo como un producto preparado, también a dueños de frigoríficos y mini mercados que nos permitan establecer su interés por comercializar el producto.

- **ENCUESTAS:**

Las encuestas darán a conocer las expectativas del consumidor con respecto al producto que se pretende introducir en el mercado.

- **INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL:**

Proporcionará al presente trabajo la información bibliográfica necesaria para sustentarlo en sus bases teóricas y científicas, y servirán de base para plantear algunas preguntas que necesariamente deben ser despejadas por conocedores del tema.

## **1.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

En este punto se evaluará la información proporcionada por cinco productores de ganado menor y trece propietarios de locales de comida típica de la provincia, en entrevistas personales, además de la encuesta aplicada a doscientos sesenta y seis consumidores de acuerdo a la muestra calculada.

### **ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES (CRIADEROS)**

A continuación se hace mención de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a cinco productores cunícolas; dos de Natabuela, dos de Chaltura, y uno de Urcuquí.

#### **1. ¿Cuántos conejos estima que puede vender semanalmente?**

De acuerdo a la información proporcionada por los productores el volumen de ventas del conejo puede ser de alrededor de 8 y 15 conejos, a la semana.

Dichas personas manifestaron que la tendencia es al aumento de las ventas, y consideran que se debe buscar maneras de promocionar el producto para que sea más conocido por la población.

#### **2. ¿Quiénes son sus principales clientes?**

Los productores venden los conejos, preferentemente a propietarios de locales de comidas típicas, cuando estos tienen pedidos, el resto del tiempo le venden a personas que quieren prepararlos en sus casa para alguna reunión familiar.

#### **3. ¿Por qué recomienda usted el consumo de carne de conejo?**

Los productores supieron manifestar que la carne de conejo al ser baja en colesterol, y contener muchas vitaminas y proteínas resulta un producto muy recomendable para todo tipo de consumidores, inclusive es recomendable para niños y personas con enfermedades cardiovasculares, ya que

adicionalmente es una carne con muy bajos niveles de grasa y colesterol que en países como Colombia incluso se utiliza con fines dietéticos.

**4. ¿De acuerdo a su experiencia como productor, ha notado usted aumento en la demanda de la carne de conejo?**

Los productores han notado que poco a poco va creciendo el interés de la población por el conejo, porque les resulta un producto novedoso, sin embargo el mismo no es tan difundido y no se considera un producto común de comercialización, pero con una buena promoción se puede lograr la aceptación del producto por parte del consumidor.

**5. ¿Considera usted que el conejo es de fácil producción?**

En los criaderos se considera que la producción cunícolas no es complicada, es similar a la del cuy, sin embargo coinciden que para grandes cantidades de producción, es necesario tomar las medidas de planificaciones técnicas y presupuestarias para evitar pérdidas. El conejo es un animal que se reproduce con mucha velocidad y es importante conocer la edad justa del animal para su faenamiento con el fin de obtener una carne de calidad.

**6. ¿Considera que la forma en que usted faena sus conejos es mediante la aplicación de mecanismos modernos?**

Todos los productores entrevistados coincidieron en que en Imbabura el faenamiento de todo tipo de ganado menor se realiza con procedimientos tradicionales, a base de golpes, y en los criaderos no se cuenta con tecnología desarrollada para dicha actividad.

Consideran que es necesario desarrollar un adecuado faenamiento, sin mayor tortura para el animal, para obtener un producto con mayores beneficios nutricionales para el consumidor final.

**7. ¿La alimentación que les proporciona a sus animales es en su mayoría natural?**

Los productores manifestaron que la alimentación que ellos proporcionan a sus animales es natural, sin embargo estiman que para una producción a mayor escala se debe analizar mejor la situación y considerar la utilización de balanceados y otros suplementos vitamínicos que mejoren la producción.

**8. ¿Lleva usted algún tipo de control veterinario para la crianza de sus animales?**

Solo 2 de los entrevistados contestaron que si tenían control veterinario periódico para la crianza de sus animales, esto se debe a que cuentan con una variedad de ganado que debe ser protegido; los demás productores manifestaron que controlan la muerte de los conejos, llevando a examinar los órganos del animal para determinar cual fue la causa de la muerte y evitar que se propague a los demás mediante vacunas. Esto se hace a fin de evitar pérdidas por el deterioro de la salud de los animales, que afectarían a la calidad de la carne y a la cantidad de producción.

**9. ¿Obtiene réditos económicos de los desechos orgánicos del conejo?**

Los productores manifestaron que ellos si le dan uso al abono orgánico del conejo porque es muy útil para los sembrados en sus mismos terrenos, y los terrenos vecinos. Es un excelente abono para el cultivo de la alfalfa con la que se alimentan los animales. Se utiliza como desecho orgánico también el pelo de los animales, ya que no se encuentra desarrollado algún tipo de curtido para el cuero, debido a la forma actual de pelar al animal que hace que el pelaje se dañe y se convierta en desecho.

**10. ¿Con cuantas madres reproductoras cuenta en su criadero, y cuanto el promedio de crías por parto?**

Los productores dieron una variedad de respuestas ya que dos de ellos cuentan con hasta diez madres reproductoras en sus criaderos, uno cuenta

con cinco madres y dos cuentan con tres, las mismas que con los cuidados proporcionados pueden llegar a tener hasta 8 partos en el año, y en cada parto se obtiene entre 5 y 7 crías.

**11. ¿Considera que puede ser rentable la comercialización de carne de conejo?**

La carne de conejo puede resultar muy rentable si se consigue un buen nivel de ventas, ya que es un animal que se reproduce rápidamente, estando en poco tiempo listo para la venta, con otro tipo de ganado esto no se da, porque hay que gastar más en alimentación y en mantenimiento de las instalaciones de su crianza hasta que llegue su momento de venderse.

**12. ¿Cómo considera usted que sería la mejor manera de comercializar la carne de conejo?**

Los productores coincidieron en que la carne de conejo es deliciosa siempre y cuando se la prepare bien, por tal razón una buena alternativa sería, venderla adjuntando recetas de fácil preparación para que sea seguida por los consumidores.

Otra alternativa es comercializarla en platillos ya preparados en restaurantes, complejos turísticos y locales de comidas típicas.

**13. ¿Para la instalación de su negocio usted accedió a algún tipo de crédito en Instituciones Financieras?**

Todas la personas entrevistadas coincidieron en que a pesar de contar con recursos propios para la instalación de su negocio si fue necesario acceder a créditos, que permitan mejorar la inversión y obtener más utilidades gracias al aumento de la producción. Tres de los entrevistados dijeron que para la producción agrícola y ganadera es mejor buscar instituciones que permitan pagos trimestrales, o con períodos de gracia para no incumplir sus

obligaciones debido a la demora en el proceso de producción. Este tipo de créditos se consigue más en cooperativas y en el Banco de Fomento.

#### **14. ¿Cómo considera que se debería dar a conocer el producto?**

Los productores piensan que primeramente se debe dar a conocer los beneficios nutricionales de la carne de conejo en comparación con otros productos cárnicos, mediante publicidad y propaganda en medios de comunicación locales como televisión, radio y prensa escrita.

También se debe dar a conocer las formas de preparación más sencillas y económicas de esta carne para que pueda formar parte de la alimentación cotidiana.

### **ENTREVISTA REALIZADA A LOS VENDEDORES (SALONES)**

---

Entrevista realizada a trece propietarios de salones que se dedican al comercio de cuy carnes asadas y carne de conejo como platillo especial.

#### **1. ¿Usted cría los conejos que vende o los adquiere en criaderos?**

La mayoría de los dueños de paraderos de comida típica consiguen sus conejos en pie de otros criaderos, sin embargo consideran que por esa razón tienen que aumentar el costo del plato al incurrir en el proceso de faenamiento, por tal razón se pretende evitar este proceso en los salones y entregar una carne lista para ser preparada.

#### **2. ¿En que días se observa mayor número de ventas?**

Los propietarios de salones están de acuerdo en que los días de mayores ventas son fines de semana y fechas especiales, por lo que se preparan platillos de conejo solo en estos días. En Chaltura y en Natabuela este

producto se encuentra en proceso de introducción, por eso se ofrece también otros productos cárnicos sustitutos.

**3. ¿Cuál es su preparación para la venta de platillos de conejo?**

Los entrevistados manifestaron que para la venta ellos preparan el conejo frito, y para reuniones familiares lo preparan asado y en muy pocas ocasiones y bajo pedidos se vende horneado, sin embargo ellos tienen conocimiento de que existe una gran variedad de recetas posibles de preparar, pero que en Imbabura no es común. Un referente gastronómico de carne de conejo es Ambato en donde si existe variedad de preparaciones, tiene gran aceptación el platillo también por visitantes de la ciudad de Quito y causa curiosidad en la población ibarreña que no ha probado el producto.

**4. ¿En que tipo de porción considera que es más aceptada por sus clientes?**

La mayoría de asaderos venden el conejo preferentemente en cuartos, debido a que el animal es grande y por consiguiente las porciones, son suficientes, para satisfacer a una persona. Cada cuarto de conejo cuesta alrededor de 6 dólares pero tiene una cantidad similar a un cuy entero que tiene un costo de 12 dólares, se sirve con los mismos alimentos acompañantes.

**5. ¿Cuántos conejos estima que puede vender en la semana?**

La venta de conejos preparados es de alrededor de 13 animales, semanales, mismos que en su mayoría se venden en cuartos porque es la medida suficiente para satisfacer a una persona. Aquí se nota también que las ventas de conejo son mayores en salones que la de los productores que venden animales para su sacrificio.

**6. ¿Considera usted que la venta de carne de conejo es rentable para usted?**

Los propietarios de salones consideran que si es un producto que genera utilidades ya que al venderse en porciones es mayor el precio de venta por

animal y sería mejor si no tuviesen que faenar, el producto ya que se ahorrarían varios costos que afectan al precio final.

**7. ¿Para la instalación de su negocio usted accedió a algún tipo de crédito en Instituciones Financieras?**

Los entrevistados propietarios de salones también reconocieron que fue necesario acceder a créditos para instalar sus negocios, sin embargo ellos le dieron más importancia al acceso a montos elevados de crédito que les permitan instalar todo lo necesario en sus locales.

**8. ¿Cómo considera que se debería dar a conocer el producto?**

De los entrevistados en salones de comidas típicas surgió la idea de trabajar con degustaciones gratuitas del producto preparado en diferentes variedades, que hagan que el consumidor quiera saber como se prepara. Entre más facilidades se de en la preparación del producto es mejor. Se puede realizar dípticos o trípticos con algunos tips y recetas.

**9. ¿La mayoría de personas que acuden a su salón de donde provienen?**

Los propietarios de salones manifestaron que tienen clientes de toda la provincia y turistas nacionales y extranjeros, sin embargo consideran que la mayoría de consumidores provienen de la ciudad de Ibarra.

## **ENTREVISTA A FRIGORÍFICOS Y SUPERMERCADOS**

Se realizó las siguientes preguntas a 3 administradores de mini mercados de la ciudad y a 5 frigoríficos, en los que se ha observado mayor concentración de consumidores.

### **1. ¿Vende usted carne de conejo?**

Ninguno de los entrevistados vendía carne de conejo en sus locales comerciales.

### **2. ¿Porque no vende usted carne de conejo?**

Los entrevistados supieron manifestar que la carne de conejo no es un producto que se comercialice en supermercados, tal vez porque es más tradicional que se venda tanto este como el cuy ya preparados, en locales de comida típica.

### **3. ¿Ha tenido alguna vez la propuesta de vender carne de conejo?**

La respuesta mayoritaria fue que nunca habían recibido una propuesta de este tipo y no tienen conocimiento de una forma de comercializar la misma.

### **4. ¿Si recibiera una propuesta para comercializar carne de conejo lista para ser preparada a consignación aceptaría?**

Todos los entrevistados dijeron que si estarían dispuestos a comercializar el producto siempre y cuando los precios sean los adecuados, el producto tenga buena presentación, y esté comprobado que hay demanda.

En los supermercados supieron manifestar que era necesario presentar una propuesta de ventas del producto para decidir, con el directorio la introducción del producto a través de sus instalaciones.

**5. ¿Como considera que se deba trabajar para introducir el producto en el mercado?**

Los entrevistados supieron manifestar que les parecía necesario que junto con el producto que van a comercializar se les entregue afiches promocionales o folletos informativos del producto para poderlo entregar a los consumidores a fin de despertar su interés. También consideran que se la debe vender en porciones para que el consumidor se arriesgue a probar el producto sin necesidad de incurrir en gastos exagerados.

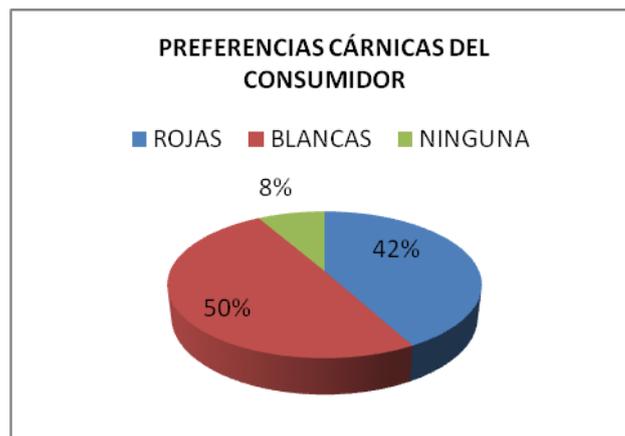
## ENCUESTA REALIZADA A CONSUMIDORES

### 1. ¿Usted prefiere consumir?

**CUADRO No. 2**  
**PREFERENCIAS CÁRNICAS DEL CONSUMIDOR**

TIPOS DE CARNE	F	%
ROJAS	112	42%
BLANCAS	132	50%
NINGUNA	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No. 1**



**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Encuesta a consumidores**

### **ANÁLISIS:**

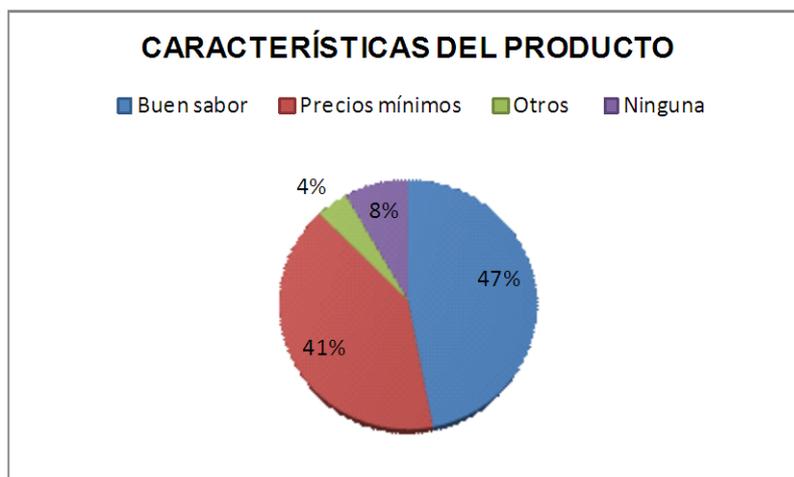
Un 8% de la población encuestada no consume carne, ya sea porque es vegetariana, por algún impedimento de salud, o inclusive impedimentos de tipo religioso, entre otras razones. Aunque no es muy marcada la preferencia entre las carnes blancas y rojas, la mayoría de personas reconoce que las carnes blancas son sanas y más aconsejables para la preservación de la salud o al menos esa es la idea que predomina en la sociedad. Al ser la carne de conejo blanca, este resultado es beneficioso, para el análisis del proyecto.

2. ¿Qué característica considera que es la más importante al momento de comprar sus productos cárnicos? Si su respuesta fue ninguna en la pregunta anterior no responda esta pregunta.

**CUADRO No. 3**  
**CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

X	F	%
Buen sabor	125	47%
Precios mínimos	108	41%
Otros	11	4%
Ninguna	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No. 2**



**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Encuesta a consumidores**

**ANÁLISIS:**

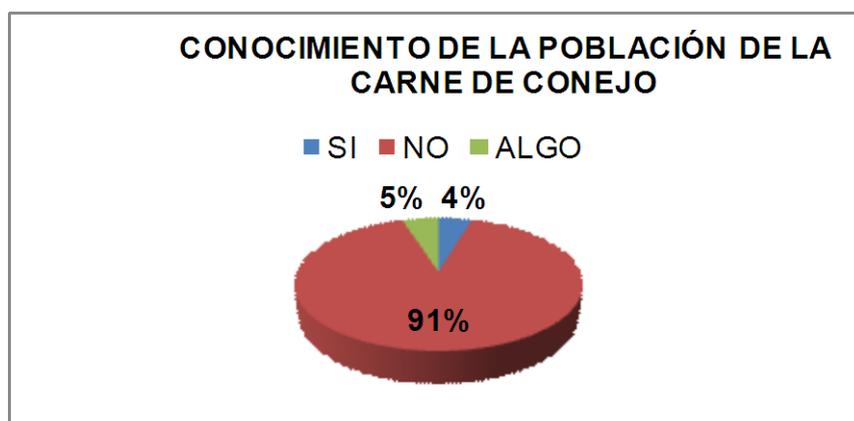
La población ecuatoriana por naturaleza prefiere que sus productos tengan buen sabor y de paso si es barato es mucho mejor, requieren también la preparación con aseo, componentes nutricionales sanos. La carne de conejo es un alimento rico en proteínas, vitaminas y bajo en colesterol, y con una adecuada producción y preparación puede ser un producto de alta calidad a precios razonables.

3. Conoce usted las propiedades nutricionales de la carne de conejo?

**CUADRO No. 4**  
**CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN DE LA CARNE DE CONEJO**

X	F	%
SI	12	4%
NO	241	91%
ALGO	13	5%
TOTAL	266	100%

**GRAFICO No. 3**



**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Encuesta a consumidores**

#### **ANÁLISIS:**

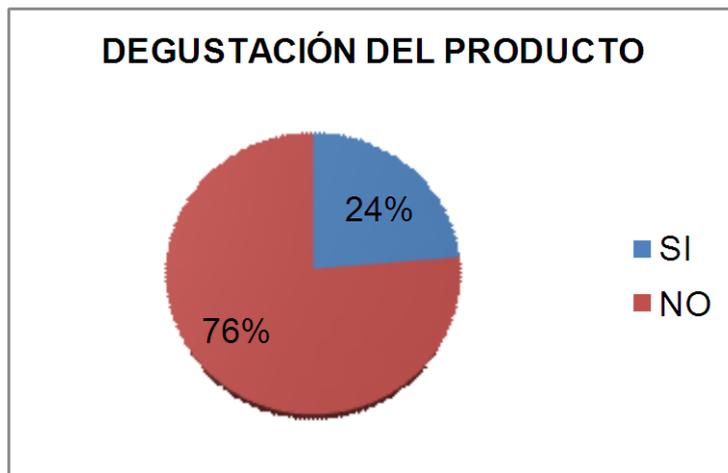
La mayoría de las personas encuestadas no tiene conocimientos de los componentes nutricionales de la carne de conejo, apenas el 4% de los encuestados si tiene conocimiento de esto y otro 5% tienen algo de noción de los componentes nutricionales del producto que se pretende difundir, por lo que para introducir con fuerza la carne de conejo en el mercado se debe trabajar constantemente en la difusión de las propiedades nutricionales.

4. Ha probado usted algún platillo preparado con carne de conejo?

**CUADRO No. 5**  
**DEGUSTACIÓN DEL PRODUCTO**

<b>X</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	63	24%
NO	203	76%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No. 4**



**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Encuesta a consumidores**

**ANÁLISIS:**

El 76% de las personas encuestadas no han probado carne de conejo, lo que indica que existe un grupo de consumidores importante por conquistar, es decir existe buen pronóstico de la demanda potencial.

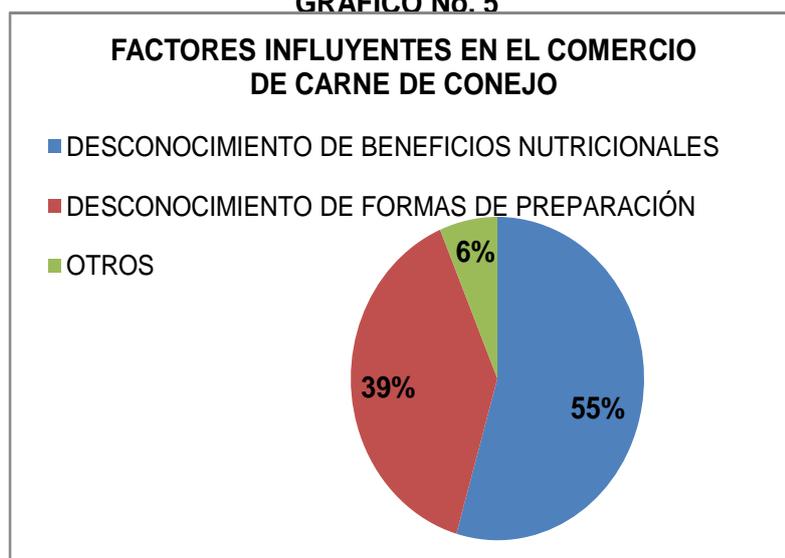
5. Qué factores considera usted que influyan para que en la ciudad de Ibarra no se comercialice carne de conejo en grandes cantidades? (señale 1)

CUADRO No. 6

FACTORES INFLUYENTES EN EL COMERCIO DE CARNE DE CONEJO

X	F	%
DESCONOCIMIENTO DE BENEFICIOS NUTRICIONALES	145	55%
DESCONOCIMIENTO DE FORMAS DE PREPARACIÓN	104	39%
OTROS	17	6%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO No. 5



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Encuesta a consumidores

**ANÁLISIS:**

La mayoría de personas encuestadas coinciden en que, las principales causas para que el conejo no sea comercializado en grandes cantidades, es la falta de conocimientos nutricionales de esta carne y de la preparación de la

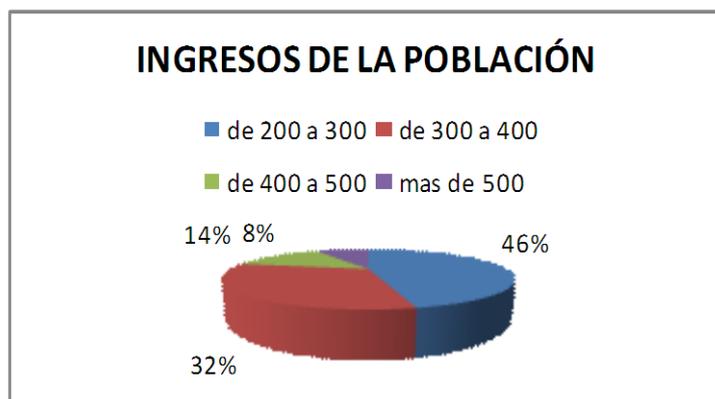
misma, de ahí la importancia de promover una campaña publicitaria que difunda estos aspectos.

**6. Sus ingresos mensuales están entre:**

**CUADRO No. 7  
INGRESOS DE LA POBLACIÓN**

<b>X</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
de 200 a 300	123	46%
de 300 a 400	85	32%
de 400 a 500	36	14%
mas de 500	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No.6**



**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Encuesta a consumidores**

**ANÁLISIS:**

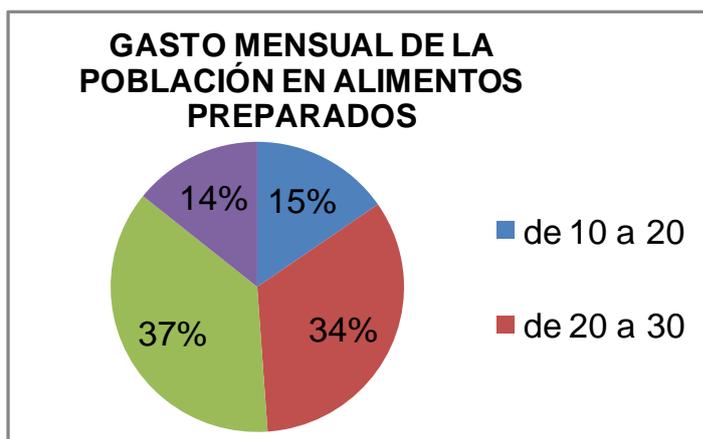
De acuerdo a la aplicación de la encuesta la mayoría de personas tienen un ingreso mensual de 200 a 400 dólares, los cuales se reparten para sus distintos gastos familiares, entre ellos las actividades recreativas y el consumo de alimentos fuera del hogar. Es importante tener claro el nivel de ingresos de la población, para en base a un análisis de su poder adquisitivo, determinar una idea de los posibles precios a fijar, cabe recalcar que los resultados arrojados tienen concordancia con los datos publicados en el Inec.

7. Qué cantidad de su ingreso mensual usted asigna para el consumo de alimentos fuera de casa?

**CUADRO No. 8  
GASTO MENSUAL DE LA  
POBLACIÓN EN ALIMENTOS**

X	F	%
de 10 a 20	41	15%
de 20 a 30	89	34%
de 30 a 40	98	37%
Mas de 40 dólares	38	14%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No. 7**



**Elaborado por: La Autora  
Fuente: Encuesta a consumidores**

**ANÁLISIS:**

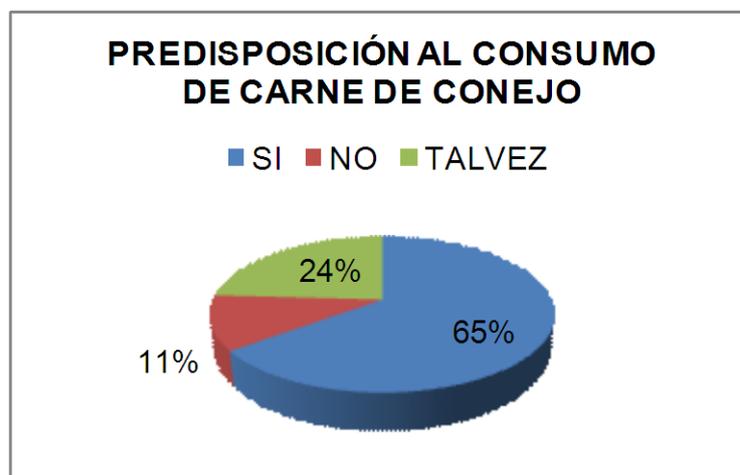
Según la encuesta realizada, las familias asignan para el consumo de alimentos fuera del hogar de 30 a 40 dólares mensuales. Cabe recalcar que varias de las personas encuestadas se pusieron a realizar el análisis de este gasto en ese momento.

8. Si en el mercado se vendiera carne de conejo de alta calidad a precios razonables usted estaría dispuesto a adquirirla?

**CUADRO No. 9**  
**PREDISPOSICIÓN AL**  
**CONSUMO DE CARNE DE**

X	F	%
SI	172	65%
NO	30	11%
TALVEZ	64	24%
TOTAL	266	100%

**GRÁFICO No. 8**



**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Encuesta a Consumidores**

**ANÁLISIS:**

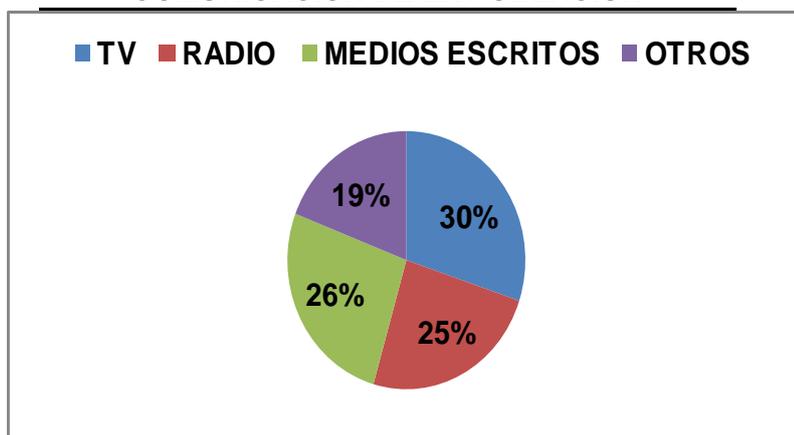
El 65% de las personas encuestadas tienen predisposición para el consumo de la carne de conejo, y el 47 % están interesados en probarla, solo un 11% se niegan y manifiestan algunos prejuicios mal fundamentados, como el hecho de que consideran al animal una mascota.

9. En que medios de publicidad usted se informa más de sus alternativas alimenticias?

**CUADRO No. 10**  
**COMUNICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

X	F	%
TV	80	30%
RADIO	65	24%
MEDIOS ESCRITOS	70	26%
OTROS	51	19%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No. 9**  
**COMUNICACIÓN DE LA POBLACIÓN**



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Encuesta a consumidores

**ANÁLISIS:**

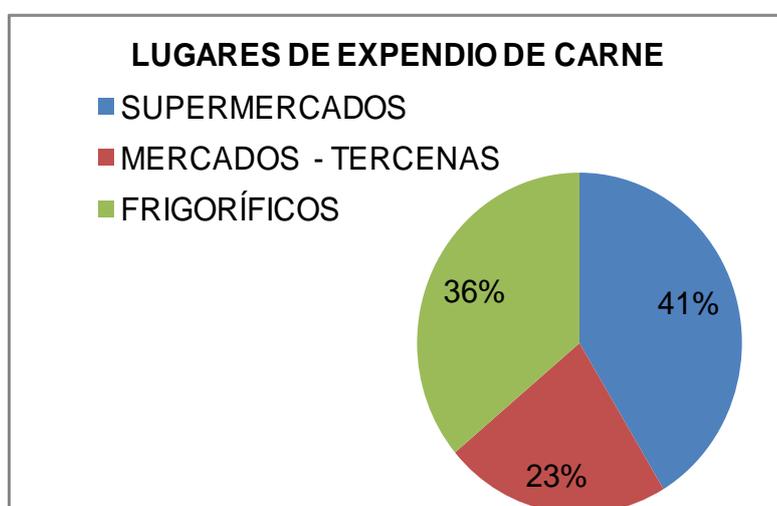
En Ibarra contamos con una variedad de medios de comunicación gracias a los cuales, se puede difundir un producto especialmente alimenticio rápidamente, lo que representa una ventaja importante de aprovechar, y todos cuentan con un buen nivel de aceptación, el 30% de los encuestados se informan más mediante la televisión, el 24% a través de la radio, el 26% a través de medios escritos y el 19% se entera a través de comentarios de otras personas. Estas respuestas nos permiten tener un amplio panorama de cómo podemos informar al cliente de nuestro producto.

10. En donde adquiere usted sus productos cárnicos?

**CUADRO No.11**  
**LUGARES DE EXPENDIO DE CARNE**

SUPERMERCADOS	110	41%
MERCADOS - TERCENAS	60	23%
FRIGORÍFICOS	96	36%
<b>TOTAL</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO No. 10**



**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Encuesta a consumidores.**

**ANÁLISIS:**

El 41% de las personas encuestadas adquiere sus productos cárnicos en supermercados, el 23% en mercados y tercenas y un 36% lo adquiere en frigoríficos, por lo que podemos determinar que otra manera adecuada de distribuir el producto, es a través de convenios de compraventa con estos lugares, directamente, para que ellos a su vez lo entreguen al consumidor final.

Para ello se debe elaborar una propuesta de ventas, bien estructurada para acceder a ellos.

## **1.10 ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO**

### **➤ ALIADOS**

- Supermercados y frigoríficos de la ciudad
- Cantidad y variedad de medios de comunicación en la localidad para difundir lo positivo de la carne de conejo.
- Asaderos y locales de comidas típicas
- Instituciones Financieras que canalizan sus recursos al fomento productivo y comercial

### **➤ Oponentes**

- Prejuicios mal fundamentados o mascotismo en la sociedad.
- Proliferación de productos cárnicos provenientes de otros animales.
- Falta de conocimientos de valores nutricionales de la carne de conejo
- Poca difusión de recetas a base de carne de conejo en el consumidor final

### **➤ Oportunidades**

- Escasos lugares de expendio de carne de conejo, bajos niveles de competencia
- El producto genera curiosidad en el consumidor ibarreño.
- Diversidad de platillos preparados que se obtienen de la carne de conejo
- Producto a faenarse con adecuadas normas higiénicas.

### **➤ Riesgos**

- Disminución del poder adquisitivo de las familias por circunstancias macroeconómicas.
- Bajo capital de trabajo
- Producto cárnico sin estrategias de comercialización definidas
- Poca difusión de recetas a base de carne de conejo y beneficios nutricionales
- Posibilidades de mortalidad de los animales

## **1.12 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, DIAGNÓSTICO CON CAUSAS Y EFECTOS.**

Gracias al análisis del diagnóstico situacional externo, se ha podido evidenciar que: la carne de conejo es un producto sin un proceso de mercadeo predefinido existe poca difusión de sus beneficios nutricionales y las recetas preparadas a base de su carne, no existe mayor capital de trabajo, para esta actividad y se cuenta con muy poca participación de la misma en el mercado actual.

Dicha situación ha provocado el poco desarrollo de la actividad cunícola, la misma puede representar una fuente de trabajo para varias personas y brindará a la sociedad un excelente producto que puede formar parte de una alimentación rica, sana y balanceada, sin descuidar las exigencias del paladar.

Para solucionar los problemas antes mencionados e impulsar la actividad cunícola local se plantea el desarrollo del siguiente proyecto:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CONEJO Y ESTRATEGIAS PARA GENERAR SU DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL EN LA CIUDAD DE IBARRA”.**

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2. LA EMPRESA

#### ➤ CONCEPTO DE EMPRESA

***REINOSO, Víctor.(2009) Pág. 279 “Es la unidad económica – social en la que el capital, el trabajo, y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa”***

*El criterio de Reinoso es muy aplicable en el campo cunícola y ganadero ya que es muy importante conjugar organizadamente los factores productivos para lograr una producción eficaz y eficiente que proporcione un producto satisfactorio para el consumidor logrando consecuentemente el fortalecimiento de la empresa.*

Las empresas son negocios conformados por la aportación de capitales legalmente constituidas y reconocidas por la ley de compañías. Las mismas que se identifican con un nombre es decir poseen personería jurídica y cumplen con los respectivos requisitos de ley.

#### 2.1 OBJETIVOS DE UNA EMPRESA

De acuerdo al tipo de empresa constituida pueden variar los objetivos, así por ejemplo una empresa de carácter privado busca la obtención de beneficios como:

- Proporcionar bienes y servicios que generen satisfacción y cumplimiento de necesidades del consumidor.
- Contribuir a la generación de empleo.
- Proporcionar el retorno justo a los factores de entrada.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan satisfacer una parte de sus necesidades humanas normales.

- En definitiva reproducir el dinero invertido en actividades productivas o de servicios y formar parte del aparato productivo de la nación.

Mientras que una empresa del sector público tiene objetivos de carácter social.

## **2.3 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA**

### **POR LA ACTIVIDAD**

- **INDUSTRIALES**

Se encargan de transformar la materia prima en forma total o parcial hasta obtener un producto terminado y ofrecerlo al público.

- **COMERCIALES**

Se dedican a la compra y venta de artículos terminados que se encuentran listos para ofrecerlos al consumidor final.

- **DE SERVICIOS**

Son aquellas que realizan atención al cliente para vender servicios profesionales o de asistencia.

### **POR LA CONSTITUCIÓN LEGAL**

- **INDIVIDUALES**

Son aquellas que están constituidas por una sola persona.

- **DE SOCIEDAD**

Cuando están conformadas por más de una persona, que por medio de un acuerdo dan su aporte monetario, profesional o material para su creación.

## **2.4 LA UNIDAD PRODUCTIVA**

*Informe III Censo Nacional Agropecuario (2006) Pág.2 “Una Unidad Productiva es una extensión de tierra dedicada total o*

***parcialmente a la producción agropecuaria, bajo una dirección o gerencia única, debe tener una superficie igual o mayor a 500 m2. La gerencia de los terrenos puede ser ejercida por una persona, un hogar, una empresa, una cooperativa o cualquier otra forma de dirección”.***

*El terreno con el que se cuenta para la instalación de la granja cunícola está ubicado en Santa Rosa del Tejar en Ibarra, tiene una extensión de 1092 metros cuadrados, se constituirá por una sociedad de tres personas, de las que se nombrará un gerente, que encaminará las principales actividades productivas y comerciales del negocio en concordancia con los propietarios y con el apoyo del personal, de acuerdo al concepto emitido por el último Censo Nacional Agropecuario, el proyecto a desarrollarse cumple con los requisitos primarios para denominarse como una Unidad Productiva.*

## **2.5 CREACIÓN DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA**

### **➤ REQUISITOS DE CARÁCTER INTERNO**

Para que una Unidad Productiva se desarrolle debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Nombre o razón social.- El nombre es escogido por los socios, debe estar relacionado con la actividad y ser sugerente para la estrategia de ventas.
- Registros claros de los diferentes aportes tanto económicos y de activos fijos que se haya recibido por parte de los socios.
- Espacio adecuado y suficiente;

### **➤ REQUISITOS DE CARÁCTER EXTERNO**

Un sistema de producción orgánica pecuaria debe adaptarse a las condiciones agro - ecológicas locales además debe contar con los demás requerimientos legales sin los cuales no se puede iniciar las operaciones que son:

- Registro Único de Contribuyente (RUC): Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.
- Patente Municipal: Es otorgada por la Municipalidad respectiva, con la resolución favorable del informe o autorización sanitaria.
- Permiso Sanitario: Es otorgado por el Servicio de Salud Regional, dictaminando que cumple con las disposiciones de la ley de salud para su funcionamiento.

## ➤ **FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LA UNIDAD PRODUCTIVA**

La presente unidad productiva se financiará mediante las aportaciones económicas de tres asociados quienes conformarán una Compañía de Responsabilidad Limitada y posteriormente a través de un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Antonio Ltda.”.

## **2.6 COMPONENTES DE UNA UNIDAD PRODUCTIVA**

### **ACTIVOS**

De acuerdo a la NIC 38 un activo es un recurso:

- (a) controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados; y
- (b) del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.

### ➤ **ACTIVOS CORRIENTES**

De acuerdo a la NIC se considera como activos corrientes a:

- Un activo se clasificará como corriente cuando satisfaga alguno de los siguientes criterios:
- Se espere realizar, o se pretenda vender o consumir, en el transcurso del ciclo normal de la explotación de la entidad;

- se espere realizar dentro del periodo de los doce meses posteriores a la fecha del balance; o
- se trate de efectivo u otro medio equivalente al efectivo (tal como se define en la NIC 7 Estado de flujos de efectivo), cuya utilización no esté restringida, para ser intercambiado o usado para cancelar un pasivo, al menos dentro de los doce meses siguientes a la fecha del balance.

Todos los demás activos se clasificarán como no corrientes. En esta Norma, el término “no corriente” incluye activos materiales, intangibles y financieros que son por naturaleza a largo plazo. No está prohibido el uso de descripciones alternativas siempre que su significado quede claro.

El ciclo normal de la explotación de una entidad es el periodo de tiempo que transcurre entre la adquisición de los activos materiales, que entran en el proceso productivo, y la realización de los productos en forma de efectivo o equivalentes al efectivo

#### ➤ **PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO**

Son los activos tangibles que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período económico.

- **VALOR RAZONABLE.**

Es la cantidad por la cual puede ser intercambiado un activo entre un comprador y un vendedor debidamente informados, en una transacción libre.

- **VIDA ÚTIL**

El período durante el cual se espera utilizar el activo por parte de la empresa, o bien, el número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo por parte de la empresa.

- **COSTO**

Es el importe de efectivo o medios líquidos equivalentes pagados, o bien el valor razonable de la contraprestación entregada, para comprar un activo en el momento de su adquisición o construcción por parte de la empresa.

- **DEPRECIACIÓN**

Es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.

- **IMPORTE DEPRECIABLE**

Es el costo histórico del activo o la cantidad que lo sustituya en los estados financieros, una vez se ha deducido el valor residual.

- **VALOR RESIDUAL**

Es el monto que se espera obtener al final de la vida útil del bien inmuebles, maquinaria y equipo después de deducir los costos esperados de su enajenación.

- **PÉRDIDA POR DETERIORO**

Es el monto por el que el valor contable de un bien excede su valor recuperable.

- **ACTIVOS INTANGIBLES**

Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física.

Un activo satisface el criterio de identificabilidad incluido en la definición de activo intangible cuando:

(a) es separable, esto es, es susceptible de ser separado o escindido de la entidad y vendido, cedido, dado en explotación, arrendado o intercambiado, ya sea individualmente o junto con el contrato, activo o pasivo con los que guarde relación; o

(b) surge de derechos contractuales o de otros derechos legales, con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos u obligaciones.

### ➤ **PASIVOS**

Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento del cual, y para cancelarla la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos"

Un pasivo se clasificará como corriente cuando satisfaga alguno de los siguientes criterios:

- Se espere liquidar en el ciclo normal de la explotación de la entidad;
- Se mantenga fundamentalmente para negociación;
- Deba liquidarse dentro del periodo de doce meses desde la fecha del balance; o
- La entidad no tenga el derecho incondicional para aplazar la cancelación del pasivo durante, al menos, los doce meses siguientes a la fecha del balance.

Todos los demás pasivos se clasificarán como no corrientes.

### ➤ **ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO**

La entidad presentará un estado de cambios en el patrimonio neto que mostrará:

- El resultado del ejercicio;
- Cada una de las partidas de ingresos y gastos del ejercicio que, según lo requerido por otras Normas o Interpretaciones, se haya reconocido directamente en el patrimonio neto, así como el total de esas partidas;
- El total de los ingresos y gastos del ejercicio (calculado como la suma de los apartados (a) y (b) anteriores), mostrando separadamente el

importe total atribuido a los tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la dominante y a los intereses minoritarios; y

- Para cada uno de los componentes del patrimonio neto, los efectos de los cambios en las políticas contables y en la corrección de errores, de acuerdo con la NIC 8.

## 2.7 LA CONTABILIDAD

***HARGADON, Bernard (2005) Pág.11 “Contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa”.***

*La Contabilidad es la principal herramienta para la adecuada toma de decisiones de la administración que permite establecer resultados oportunos, de carácter cuantitativo que pueden tener interpretación cualitativa, del adecuado funcionamiento de la empresa.*

## 2.8 CONTABILIDAD DE COSTOS

Permite mediante un análisis cuantitativo conocer el valor de todos los elementos del costo que conforman un producto terminado, y tiene como finalidad:

- Calcular el costo unitario real del producto terminado.
- Fijar el precio de venta.
- Evaluación de inventarios y cálculo de utilidades.
- Analizar cada uno de los elementos del costo, lo que permitirá tomar decisiones acertadas.
- Fijación de políticas y planeación a largo plazo.
- Incrementar o disminuir la producción.

## ➤ **ELEMENTOS DEL COSTO**

Son todos los componentes utilizados para la obtención de productos terminados es decir: materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, esta clasificación suministra la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

### - **MATERIA PRIMA DIRECTA**

Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto.

### - **MANO DE OBRA DIRECTA**

Es el esfuerzo físico directamente involucrado en la fabricación de un producto terminado, que puede asociarse con este con facilidad.

### - **GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN**

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

## ➤ **DIFERENCIA ENTRE COSTOS Y GASTOS**

- **Costo.** Es el conjunto de valores incurridos en un período determinado que se identifica claramente en el producto terminado. El costo es recuperable.
- **Gasto.** Son todos los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administración, ventas y financiamiento. Es necesario tener claro la diferencia entre Gastos Fijos y Variables.
- **Gastos Variables:** dependen de la cantidad que se produce, como son alimento balanceado y medicamentos.

- **Gastos Fijos:** No dependen del volumen de producción, son seguros, mano de obra, mantenimiento de galpones, depreciaciones, amortizaciones entre otros.

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Son todos aquellos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

- **GASTOS DE VENTAS**

Son aquellos producidos por la ejecución de las labores realizadas para la comercialización y venta del producto.

- **GASTOS FINANCIEROS**

Lo constituyen los pagos que se realizan a las instituciones bancarias y financieras.

## **2.9 LA CUNICULTURA**

***www.Engormix.com. “La cunicultura es una actividad de tipo ganadero dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de la carne de conejo”.***

*En la localidad de acuerdo a las investigaciones realizadas existe producción cunícola, sin mayor organización o estructura empresarial por ello el conejo esta dentro del grupo de ganado menor, hecho que de ser solucionado con el tiempo puede dar paso a una actividad ganadera con proyección a crear economías de escala.*

*La crianza del Conejo en cautiverio debería orientarse principalmente a producir carne cuya característica fundamental es su bajo contenido graso y alto contenido proteínico, vitamínico, de calcio y fósforo, que represente un importante aporte nutricional a la sociedad y una fuente de ingresos sostenible para quienes la desarrollan.*

## 2.10 EL CONEJO

### ➤ INFORMACIÓN GENERAL

El conejo doméstico deriva del conejo salvaje originario de Europa y África, y hay por lo menos 66 variedades diferentes.

Las características externas del conejo doméstico son muy variables, como por ejemplo el color, que puede ser blanco puro o totalmente negro, o la longitud del pelaje, que varía de corto a largo.

La utilización que el ser humano ha hecho de estos animales es muy amplia; se crían como mascotas, para estudios genéticos, para experimentos de laboratorio y para consumir su carne o emplear su piel en la fabricación de prendas de vestir.

La carne de conejo es de alta calidad, alta digestibilidad, con un 21,5 % de proteína, 3–5 % de grasa, alto valor nutritivo, nivel de colesterol bajo, por tanto se recomienda para niños, enfermos, ancianos y con fines dietéticos.

De la piel del conejo se puede obtener zapatos de niños, carteras, bolsos, entre otros productos. Su cola y patas se utilizan para adornos en llaveros, y sus residuos de matanza se pueden utilizar para alimentar a otras especies como aves y cerdos.

Su estiércol se considera un magnífico abono orgánico en la agricultura.

## 2.11 RAZAS

***Engormix.com. “Una raza, es el conjunto de animales, que adquieren ciertos rasgos peculiares de morfología externa y algunas características productivas que la diferencian de otras poblaciones de zonas distintas”.***

*En la actividad cunícola es importante tener claramente definidas las razas adecuadas para la crianza y comercialización de carne de conejo para evitar*

*pérdidas, también se debe estar informados de los cruces para obtención de híbridos que permitan fortalecer la producción.*

Las razas de conejos para carne se clasifican en tres grupos principales tomando en consideración su peso. Así que tenemos razas ligeras, cuyo peso no excede las 6 libras de peso, las medianas con un peso entre 7 y 11 libras, y las gigantes con un peso mayor a las 12 libras. Las principales razas comerciales caen en la categoría de medianas.

## **2.12 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS**

### **➤ RAZAS MEDIANAS**

#### **- RAZA CALIFORNIA**

Su peso adulto generalmente fluctúa entre 9 y 9.5 libras. Es una de las dos razas comerciales de mayor importancia a nivel mundial.

Se puede desarrollar líneas comerciales mediante el cruce de ésta raza con el neozelandés blanco originando crías con características comerciales superiores a la raza original. Este tipo de cruces da lugar a lo que se denominan conejos híbridos.

#### **GRÁFICO No. 11**

#### **RAZA CALIFORNIA**



**Elaborado por: La autora**

76

**Fuente: [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)**

## - RAZA NEOZELANDÉS BLANCA

Esta raza junto a la California, constituyen el fundamento de la crianza racional y comercial de conejos para carne. Su peso adulto es mayor que el de la raza California, fluctuando entre 10 y 11 libras. La gran popularidad de esta raza se debe a su excelente cualidad maternal y docilidad, asociada a un crecimiento y rendimiento de la canal superiores.

### GRÁFICO No. 12

#### RAZA NEOZELANDÉS BLANCO



Elaborado por: La autora

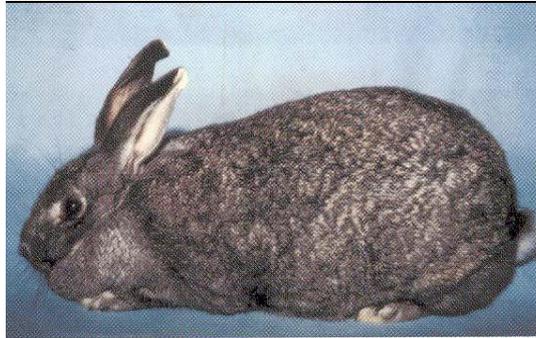
Fuente: [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)

## ➤ RAZAS GIGANTES

### - CHINCHILLA GIGANTE

Su peso adulto fluctúa entre 12 y 16 libras, siendo la hembra más pesada que el macho, igual que en todas las razas de conejo. Su color varía de gris obscuro a claro y a gris claro o con tonalidades amarillosas. Su popularidad reside en su tamaño y velocidad de crecimiento por lo que se utiliza comúnmente como cruce terminal. Es decir, se busca cruzarla con las razas California o neozelandés para que su descendencia alcance el peso de mercado en un período de tiempo menor.

**GRÁFICO No. 13**  
**CHINCHILLA GIGANTE**



**Elaborado por: La autora**

**Fuente: [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)**

**- GIGANTE FLAMENCO (FLÁNDES)**

Esta raza gigante presenta una gama de colores diferentes (Albino, Negro, Azul, Gris claro, Arena, Gris oscuro, Agouti). Su peso varía desde 13 a más de 14 libras, es más favorable en cruces con razas medianas blancas como California y neozelandesa, permitiendo la producción de ejemplares blancos para la confección de artículos de peletería. (Utilización de la piel para prendas de vestir).

**GRÁFICO No. 14**  
**GIGANTE FLAMENCO**



**Elaborado por: la autora**

**Fuente: [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)**

➤ **RAZAS PARA PELETERIA**

- **ANGORA FRANCÉS**

Su peso adulto generalmente es de 8 libras, su utilidad principal es como productor de pelo, que se transforma mediante un proceso similar al de la lana, y en dos o más recortes al año, en tejido para la confección de ropa de vestir en invierno. Dentro de ésta categoría se encuentran otras razas, livianas, medianas y pesadas tales como la Angora Inglesa, Angora Satinada y Angora Gigante, respectivamente. Eventualmente, los animales que dejan de producir un pelaje de calidad, se destinan para la producción de carne como producto secundario.

**GRÁFICO No. 15**

**ANGORA FRANCES**



**Elaborado por: La autora**

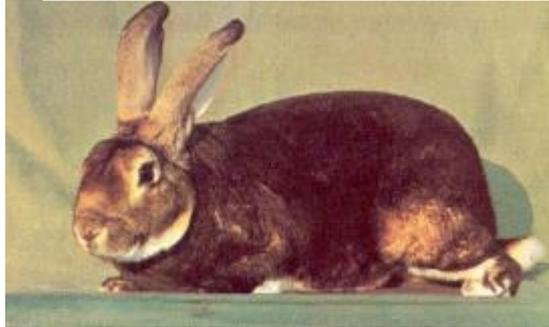
**Fuente: [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)**

- **REX (COLOR CHOCOLATE)**

En las razas de conejos de piel, se requiere sacrificio del animal para extraerle la piel en su totalidad. La carne es un subproducto de la operación. En el mercado europeo su piel se llega a cotizar a altos precios y su mercado es uno selecto. La raza de conejo Rex posee una variedad de colores diferentes y existe una raza enana con las mismas características de la piel que la raza mediana.

## GRÁFICO No. 16

### RAZA REX



Elaborado por: la autora

Fuente: [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)

## 2.13 ENFERMEDADES Y AFECCIONES

Las enfermedades del conejo elevan los costos de producción. Las principales causas de pérdidas por enfermedades en conejos son: estados sanitarios muy deficientes en las granjas que provocan enfermedades respiratorias y enfermedades reproductivas entre las más graves.

Un conejo enfermo generalmente presenta cambios de comportamiento; apatía; falta de apetito; bebe más de lo normal; adelgazamiento repentino; caída o costras en el pelo, nariz u orejas; pupilas dilatadas; diarreas; cabeza arqueada; pelo sucio y sin brillo por falta de acicalamiento. La mayoría de las enfermedades únicamente se contagian de un conejo a otro.

Existen varias enfermedades que pueden atacar a los conejos sin embargo, desde el punto de vista económico y de la crianza sólo algunas se consideran importantes, por la forma aguda en que se presentan, estas son:

### ➤ MYXOMATOSIS

***SANCHEZ, Christian, 2007. Pág79 “Es una enfermedad vírica que se transmite por contacto directo o mediante picaduras de mosquito y otros parásitos”.***

De acuerdo a las causas de esta enfermedad se resalta la importancia de la mantención del aseo de las jaulas y el hábitat general de los animales especialmente en conejos que vivan en las afueras o en una zona rural, es importante la prevención mediante vacunas que se ponen partir de los 2 meses de edad y cubre 6 meses, así que lo ideal sería vacunar dos veces al año.

➤ **PASTEURELOSIS**

***SANCHEZ, Cristian, 2007. Pág. 81 “Es producida por dos tipos de bacterias, pasteurella y bordetella. Los primeros síntomas son estornudos, seguidos por ronquidos al respirar y supuraciones mucosas por la nariz”.***

Los motivos principales de infección de estas bacterias son el estrés, el polvillo en el alimento y los factores climáticos. La vacuna cubre todo el año. Además de las vacunas, es recomendable pasar una revisión anual de parasitosis intestinal.

➤ **TULAREMIA**

***SANCHEZ, Cristian, 2007. Pág.79 “Es una enfermedad vinculada a los ácaros y las pulgas, que se diagnostica con análisis de laboratorio. Los animales dejan de comer y mueren entre dos o cuatro días”.***

Las personas responsables del cuidado de los animales recibirán instrucciones de separar inmediatamente a los animales enfermos de los sanos para evitar la propagación, en el caso de que se presente la sintomatología referida. Todas las enfermedades se deben prevenir oportunamente con el aseo y las vacunas.

➤ **ENFERMEDAD HEMORRAGINA DEL CONEJO**

Es producida por virus y ataca a animales de engorde, se manifiesta violentamente, muriendo los animales con convulsiones y emanación de sangre por las fosas nasales, se trata con antibióticos.

➤ **RABIA**

Se contagia únicamente por mordeduras de roedores, se manifiesta con abundante salivación y deshidratación. En estos casos el animal debe ser eliminado.

➤ **SARNA**

***SANCHEZ, Cristian, 2007. Pág.84 “Se produce por ácaros, mediante la formación de cavernas en la carne que producen picazón y costras en las zonas afectadas que generalmente son orejas y piel es altamente contagiosa y se combate con ivermectina ya sea en forma preventiva o curativa y con benzoato de bencilo”***

De acuerdo a información veterinaria en caso de presentarse todos los animales deben ser vacunados aunque no parezcan infectados en este tipo de enfermedad, en todas las enfermedades de ganado la prevención juega un papel muy importante para evitar pérdidas porque muchas veces la curación puede no ser efectiva al llegar demasiado tarde.

➤ **COCCIDIOOSIS**

***SANCHEZ, Cristian, 2007.Pág.87 “Es producida por coccidios. Este microorganismo ataca desde el estómago hasta el colon, siendo sus síntomas trastornos digestivos como gases y diarreas, el conejo deja de comer y beber y muere por deshidratación.”***

***Engormix.com “En condiciones normales el coccidio convive en equilibrio con el conejo, pero los problemas de stress hacen que se le bajen las defensas y se de la reproducción indiscriminada del coccidio. Se trata con la administración de sulfas, en agua o en alimentos, como forma preventiva, y con una correcta higiene de las instalaciones”.***

*La información de la prevención es de vital importancia para evitar pérdidas por causa de la coccidiosis, por lo tanto se planificará como parte de la alimentación, el*

*suministro de suplementos preventivos, para que no haya desastres en la producción y también se mantendrá las instalaciones en las condiciones adecuadas para que no haya elevados niveles de estrés en los animales que puedan alterar sus defensas.*

## **2.14 TRATAMIENTOS**

En la actividad cunícola el tema sanitario es muy importante, ya que es preferible la prevención antes que la curación, los animales se deben manejar controlando la limpieza de los galpones y las jaulas, evitando la presencia de personas y animales extraños, dando alimento y agua adecuadamente manejados para obtener alta productividad.

## **2.15 MASCOTAS**

Muchas personas, crían conejos como mascotas, por lo que a través de los años se han desarrollado razas para dicho propósito. Sin embargo en Ecuador no existe información difundida con relación a las diferencias existentes entre razas para consumo alimenticio y razas para mascotas.

## **2.16 CRÍA Y REPRODUCCIÓN**

El éxito de una crianza empieza cuando se cuenta con buenos reproductores por ello es recomendable comprar razas puras para luego formar híbridos y tener certeza del proceso.

## **2.17 EDAD PARA LA REPRODUCCIÓN**

La edad en la reproducción del conejo es muy importante y varía tanto en hembras como en machos de la siguiente manera:

En el caso de los machos llegan a la madurez sexual entre las 30-32 semanas, edad, cuando se estabiliza la producción diaria de espermatozoides, y es generalmente cuando han alcanzado el 70% del peso adulto.

Las hembras en cambio pueden aceptar por primera vez la monta a las 10-12 semanas pero no irá acompañada de ovulación. Esto hace difícil definir la edad de la pubertad, la cual dependerá principalmente de la raza, y del desarrollo corporal. En general alcanzan la pubertad cuando tienen el 80% de su peso adulto.

Se necesita un reproductor por cada 10 hembras de cría.

## **2.18 FECUNDACIÓN**

Es importante resaltar que el macho debe ser de tamaño similar e incluso es mejor que sea más pequeño que la hembra para que ésta no tenga problemas en el parto, ya que unos gazapos demasiado grandes, pueden llegar a provocar la muerte de la hembra, si no se actúa con rapidez.

La monta se hace llevando la hembra al territorio del macho y en ningún caso al contrario. También se puede hacer en terreno neutral. El apareamiento ocurre inmediatamente si la hembra está en celo. Aunque a veces la hembra necesita un periodo de acoplamiento al lugar. En este caso, sería aconsejable dejar que la hembra se aclimate durante un día e intentar la monta cuando esté más tranquila. No se debe obligar a la hembra a que sea montada, porque hay grandes posibilidades de que no se quede preñada.

## **2.19 ÉPOCA DE REPRODUCCIÓN**

El período fértil de la coneja se conoce como ciclo estral, tiene una duración de 12 a 14 días con altas probabilidades de fecundación, gracias a que en esos días cuenta con altos niveles de estradiol, cumplido este período los óvulos desaparecen para volver a aparecer en cuatro días.

La estación del año, la temperatura y el foto período cumplen un rol importante en el desempeño reproductivo. La coneja presenta celo en las estaciones de mayor cantidad de horas luz, por ello es importante asegurar que los criaderos tengan 16 hs luz/día. Por otro lado, las altas temperaturas,

mayores a 30-32 grados centígrados, provocan una disminución de la ingesta. Esto último sumado al stress térmico conduce a una baja en la eficiencia reproductiva: menor tasa de ovulación, menor prolificidad y mayor muerte embrionaria.

## **2.20 RITMO REPRODUCTIVO**

Es determinar el intervalo, de días que separan el parto de la cubrición. Los cunicultores experimentados normalmente utilizan dos tipos de ritmos:

### **➤ RITMO SEMI INTENSIVO:**

Es de diez a quince días después del parto. Es aconsejable para cunicultores principiantes, ya que el manejo es más fácil de realizar siguiendo los pasos de cubrición, examen de preñez, o palpación y destete, en diferentes días de la semana, y así los partos pueden ser agrupados en dos días.

### **➤ RITMO INTENSIVO:**

Denominado también post-partum, en el que se realiza la cubrición luego de 46 a 124 horas del parto. Los conejos sometidos a este régimen son más vulnerables, lo que dificulta una adecuada explotación, que si falla puede arrojar resultados negativos.

### **➤ RITMO EXTENSIVO:**

Se realiza la cubrición luego del destete, este procedimiento permite una productividad muy limitada, ya que no se aprovecha las posibilidades que ofrece en este sentido la coneja.

## **2.21 GESTACIÓN**

La gestación en la coneja dura en promedio 31 días. El diagnóstico de gestación puede realizarse mediante la palpación entre los 10 y 14 días después de la monta, si se hace luego de estos días puede causar abortos.

Para realizar el diagnóstico de gestación es necesario inmovilizar a la hembra con suavidad, sobre una mesa o sobre el suelo, con la mano abierta se coloca la palma en el abdomen, deslizándola suavemente hacia delante. Si la gestación es positiva se sentirán lateralmente, en el dedo pulgar y en el índice unos pequeños abultamientos redondeados, que son embriones o futuros gazapos.

En el caso de que la gestación exista se debe registrar la fecha para prepararse para el parto.

Una hembra preñada debe ser manejada con suavidad y precaución. El nido tiene que ser colocado en la jaula, con su correspondiente viruta o paja tres o cuatro días antes de la fecha prevista para el parto.

## **2.22 EL PARTO**

Debe desarrollarse en condiciones de tranquilidad, muy rara vez el parto necesita auxilio del cuidador, lo único que tiene que hacer es constatar el hecho. Es importante contar a los gazapos nacidos desde el primer momento retirando siempre a la madre, para este proceso, de existir crías muertas deben ser retiradas enseguida.

## **2.23 CRÍA Y LACTANCIA DE LOS GAZAPOS**

Estos animales tienen los ojos cerrados hasta los 10 días de nacidos, nacen desprovistos de pelo, con alrededor de 60 gr de peso, requieren un nido con una temperatura de alrededor de 30 grados centígrados, con buen resguardo, de espalda a la dirección del aire .

La leche materna es el único alimento del que disponen los gazapos hasta el día 15 o 18 cuando empiezan a consumir otros alimentos del comedero de la madre.

La mortalidad desde el nacimiento al destete está generalmente entre un 12 y un 18% de la producción anual.

## **2.24 DESTETE DE LOS GAZAPOS**

Es el período en el que los gazapos dejan la leche materna para ir tomando alimentos sólidos, secos o concentrados. En este período se da la separación de los gazapos de la madre, todas las crías se retiran al mismo tiempo, generalmente en esta etapa la madre ya está gestante nuevamente. Cuando se practica el ritmo semi – intensivo el destete se da entre 26 o 30 días de nacimiento.

El sacrificio y la venta deben ser entre 70 y 90 días de edad del conejo.

## **2.25 ALIMENTACIÓN**

### **NORMAS GENERALES PARA UNA BUENA ALIMENTACIÓN**

La alimentación constituye alrededor del 70% del gasto que se hace en la crianza de los animales y constituye la base para su mantenimiento, crecimiento, reproducción, y engorde.

El conejo es un animal estrictamente herbívoro, su dieta se compone sólo de alimentos de origen vegetal: forrajes, verduras y frutas. Por eso hay que darles cada día una mezcla de pienso, forraje verde y heno. Con una dieta de este tipo se mantendrán sanos y vitales. Lo más importante a tener en cuenta en su dieta es, que los conejos están muy adaptados a una dieta pobre en energía y alta en fibra, que se compone básicamente de hierba.

Básicamente la dieta del conejo debe incluir:

#### **➤ HENO**

El conejo necesita heno para su digestión El heno más adecuado es el de cereales, y la alfalfa, pero como única fuente de alimentación podría favorecer la formación de cálculos por su alto contenido en calcio.

Al momento de comprar el heno este debe oler a fresco, y nunca a rancio o a pasado, y no debe tener un aspecto negro-grisáceo o polvoriento en su interior.

El conejo debe ser alimentado al atardecer cuando la temperatura es más agradable y en las primeras horas de la mañana ejemplo 6 am. Al conejo adulto le afectan mucho las altas temperaturas.

La alimentación tiene que ser estable, no se debe cambiar el alimento bruscamente, y si se lo cambia se lo debe hacer gradualmente agregando el nuevo alimento de una manera porcentual cada dos o tres días hasta llegar al cambio total como se presenta en el siguiente cuadro:

#### **CUADRO No. 12**

#### **CAMBIOS EN LA ALIMENTACIÓN**

ALIMENTO PRESENTE	ALIMENTO NUEVO
100%	0%
75%	25%
50%	50%
25%	75%
0%	100%

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: [www. Engormix.com](http://www.Engormix.com)**

El agua fresca y limpia no debe faltar, también son indispensables en el éxito de la crianza de los conejos.

## 2.26 REQUERIMIENTOS NUTRITIVOS DEL CONEJO

Las necesidades nutricionales se definen como las cantidades mínimas de nutrientes que deben estar presentes en la dieta para que los conejos puedan desarrollarse normalmente.

Por lo tanto una dieta completa para el conejo debe poseer la cantidad necesaria de energía, proteína, fibra, minerales y vitaminas, como se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 13**

### REQUERIMIENTOS NUTRITIVOS DEL CONEJO

Proteína Bruta (PB) -----	15-18 %
Fibra Bruta (FB) -----	12-15 %
Energía Kcal / Kg -----	2400-2700
Grasa -----	2-4 %

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente:** [www.zoetecnocampo.com/foromen/Forum3/HTML/000066.html](http://www.zoetecnocampo.com/foromen/Forum3/HTML/000066.html)

Hay tres que se expresan en % de la dieta o ración y la energía indica que el alimento tiene de 2400-2700 kilocalorías por cada kilogramo de alimento; con ello se garantiza un adecuado comportamiento del animal.

En caso de suministrarles balanceados estos no deben ser tan finos como el polvo ya que afecta el sistema respiratorio se puede suministrar también alguna ración leguminosa que tiene más % de proteína como la leucaena, soya, frijol gandul y otras como bejuco de boniato, hojas y tallos tiernos de yuca, piñón (hupito), álamo, romerillo, pangola, guinea, hojas de morera y además puede utilizar residuos de cosecha, de la industria y de cocina.

El conejo practica la cecotrofia, el alimento pasa dos veces por el estómago para aprovechar mejor el alimento, ingiere la primera defecación directamente del ano y esas virutas (cagarrutas) es el producto final de la segunda defecación, esta actividad la hace en horas nocturna normalmente.

## **2.27 SUMINISTRO DE AGUA**

Los conejos no pueden sudar como el hombre, y tienen que regular su organismo con un incremento de la respiración y de la cantidad de líquido ingerido y no pueden sobrevivir cuando se les priva del agua durante periodos superiores a 24 horas.

Por lo que necesitará un bebedero de tubo o de biberón para el agua, donde el conejo pueda beber agua cada vez que le apetezca. Este tipo de bebedero es más aconsejable que cualquier otro, ya que evitaremos que se le forme una posible dermatitis en la barbilla, por el uso de un recipiente menos adecuado. Deberán ser rellenados cada día, tienen que estar en la jaula siempre al alcance. Y el agua no debe estar demasiado fría; la temperatura ideal es la temperatura ambiente. Los conejos beben mucho sobre todo los días calurosos, en lugares secos y bien caldeados, o cuando se alimentan casi exclusivamente con pienso y forraje seco.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADOS**

#### **3. PRESENTACIÓN**

La finalidad del estudio de mercados, es probar que existe un número suficiente de consumidores que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de una empresa.

El mercado está dirigido por las fuerzas de la oferta, y de la demanda para la determinación del precio.

Cabe recalcar que es el punto que define las estrategias para el posicionamiento efectivo del mercado, ya que se tomará en cuenta su dinámica cada vez mayor y fluctuante debido a las exigencias del cliente de nuevos productos y de calidad.

En el presente proyecto cuyo principal producto es la carne de conejo, no existen datos oficiales ni de oferta, ni de demanda, en la ciudad de Ibarra directamente, sin embargo se realizará los cálculos de acuerdo a la información proporcionada por los dueños de criaderos, salones, de los alrededores, donde su principal clientela proviene desde Ibarra y a las expectativas del consumidor, mediante las encuestas aplicadas a la población ibarreña.

#### **3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO:**

El producto a introducirse es la carne de conejo empaquetada en diferentes porciones, la misma que será comercializada a través de intermediarios como propietarios de salones de productos similares para que el cliente lo deguste

preparado y a los supermercados para que el consumidor final pueda adquirir el producto y lo prepare desde la comodidad de su hogar.

### 3.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Son productos sustitutos los diferentes tipos de carnes de otros animales, que pueden reemplazar al conejo en especial el cuy, como principal competidor. Es necesario resaltar los beneficios nutricionales del conejo con relación a otros productos cárnicos.

**CUADRO No. 14**  
**COLESTEROL EN RELACIÓN A PRODUCTOS SUSTITUTOS**

100 gr. De producto	Colesterol
Huevo	500 mg
Grasa de Bovino	400 mg
Mariscos	200 mg
Carne de bovino	100 mg
Carne de pollo	75 mg
Carne de Conejo	50 mg
Carne de Pescado	50 mg

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Crianza y comercialización de conejos de Cristian Sánchez.**

### **3.3 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS**

Son todos los productos que se sirven como acompañantes, con el conejo, tales como: papas, mote, tostado, arroz, verduras, entre otros.

### **3.4 MERCADO META**

El producto se va a comercializar principalmente a los propietarios de salones de comida típica de la ciudad de Ibarra y también a intermediarios como supermercados para que a través de ellos se llegue al consumidor final.

### **3.5 SEGMENTO DE MERCADO**

El producto está dirigido especialmente a la Población económicamente activa de la zona urbana de la ciudad de Ibarra, de edades que oscilan entre 18 y 65 años y de clase media alta.

### **3.6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

#### **➤ DEMANDA POTENCIAL**

La demanda potencial determina el consumo de un bien a futuro que es el límite máximo hacia el que tiende el mercado potencial actual a lo largo del tiempo.

Si consideramos que nuestro mercado meta es la población del área urbana de la ciudad de Ibarra, la misma que proyectada al 2010 es de 131622, podremos proyectar un mercado potencial utilizando la fórmula de crecimiento exponencial para la población de la siguiente manera:

$$P_t = P_o (1+i)^n$$

En donde:

P<sub>t</sub> = Población Proyectada

P<sub>o</sub> = Población inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Período observado

Aplicación:

$$P_t = 131622(1+0.023)^1 \dots$$

#### CUADRO No. 15

##### DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA

2011	134649
2012	137746
2013	140914
2014	144155
2015	147471

Elaborado por: La Autora

Fuente: Municipalidad de Ibarra, Línea Base RRNN.

#### ➤ DEMANDA REAL

Para el cálculo de la demanda real se utilizará el método de crecimiento exponencial, el mismo que se basa en el uso de tasas de crecimiento demográfico por guardar relación directa, ya que no existen datos históricos de la demanda de conejo.

Una vez realizado el estudio de campo sobre la demanda de conejos en la ciudad de Ibarra se obtuvo los siguientes resultados.

De las personas encuestadas un 65% están interesadas en consumir carne de conejo, debido a que no existen datos oficiales de demanda histórica de este producto se aplica este porcentaje al número aproximado de personas de nuestro mercado meta que al momento es 131622, lo que nos da un resultado de 85554 consumidores y esto proyectado da como resultado el siguiente cuadro;

$$\text{Demanda Real} = 85554 (1 + 0.023)^1 \dots$$

**CUADRO No. 16**

**DEMANDA  
PROYECTADA**

2010	85554
2011	87522
2012	89535
2013	91594
2014	93701
2015	95856

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Encuestas a consumidores**

La proyección de la demanda se la realizó en función de la tasa de crecimiento poblacional del cantón Ibarra vigente desde el 2001 al 2010, la misma que es del 2.3%.

### **3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

De acuerdo a la información obtenida de los 5 criaderos fijos de conejo, se determina que la oferta fija en Ibarra y sus alrededores son de 1488 animales

en el año, ya que 2 de los productores obtienen anualmente 960 animales para la venta, uno 240 y los otros dos 288 animales.

La tasa aplicable de crecimiento es la misma del Producto Interno Bruto ya que guardan la misma relación, la misma que para el 2010 fue de 3% de acuerdo a datos proporcionados por la CEPAL( Comisión Económica Para América Latina y el Caribe), y el mecanismo de cálculo es en base a la fórmula de crecimiento exponencial por no contar con datos históricos oficiales.

$$\text{Oferta} = 1488 (1+0.03)^1 \dots$$

**CUADRO No. 17**  
**OFERTA PROYECTADA**

2010	1488
2011	1533
2012	1579
2013	1626
2014	1675
2015	1725

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Entrevistas a Productores de Conejo**

### **3.8 DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha es la diferencia existente entre la demanda y la oferta, que es el primer punto determinante para la factibilidad de la puesta en marcha de una empresa, en el presente proyecto está reflejada de la siguiente manera:

**CUADRO No. 18**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	85554	1488	84066
2011	87522	1533	85989
2012	89535	1579	87956
2013	91594	1626	89968
2014	93701	1675	92026
2015	95856	1725	94131

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Entrevistas a Productores de Conejo**

### **3.9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

No existe competencia oficial directa, de productores de carne de conejo, existen algunos criaderos que comercializan los conejos en pie, para que estos sean faenados y preparados en los salones de comidas típicas, el proyecto pretende ser el primer productor que realizará todo el proceso facilitando a los consumidores tanto finales como intermediarios el proceso de la preparación para la degustación en platillos.

### **3.10 PRECIO DEL PRODUCTO**

De acuerdo a la información proporcionada por los dueños de salones de comida típica que comercializan carne de conejo los precios son los siguientes:

**CUADRO No 19**  
**PRECIOS DE VENTA**

CONEJO ENTERO PREPARADO	24
CUARTO DE CONEJO	6
MEDIO CONEJO	13
CONEJO EN PIE	10
CUY	12

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Entrevistas**

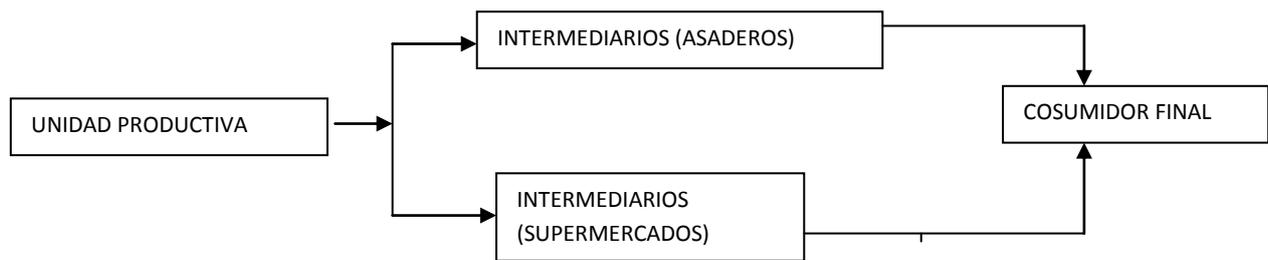
En este punto es necesario mencionar que un conejo entero rinde para 4 porciones, por tal razón si hablamos de consumo por persona el costo representa la mitad de lo que cuesta un cuy. En vista de que todavía no se encuentra desarrollada la comercialización del conejo como carne el precio se determinará en el estudio económico. El precio determinado será el adecuado para abaratar los costos de los platillos preparados, proporcionando un margen adecuado de rentabilidad a nuestros intermediarios (salones) y también será accesible para el consumidor final.

### **3.11 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial.

Para la comercialización de la carne de conejo se van a utilizar los siguientes canales de distribución:

### GRÁFICO No. 17 CANALES DE DISTRIBUCION



Elaborado por: La Autora

Se pretende llegar al consumidor final mediante Supermercado o Asaderos que compren la carne y la vendan preparada.

### 3.12 SENSIBILIDAD DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA

Al no existir unidades productivas que críen, faenen y distribuyan la carne del conejo los costos no van a sufrir variaciones representativas a través del tiempo por lo que no se va a dar el efecto de la elasticidad, de reducción de ventas por incremento de precios.

La unidad Productiva pretende cubrir con su producción el 10% de la demanda insatisfecha.

### 3.13. ESTRATEGIAS PARA GENERAR DEMANDA EN EL CONSUMIDOR FINAL.

Para introducir un producto siempre es necesario utilizar una serie de mecanismos que despierten el interés del consumidor final por el producto, especialmente cuando este es nuevo, conjugando los cuatro elementos clásicos del marketing: Producto, Precio, Plaza, Promoción más un buen

servicio, manteniendo la coherencia de los mismos con las exigencias del consumidor. A este proceso se le conoce como Marketing mix y para el presente proyecto será la base de introducción del producto en el mercado. Pero lo importante no es solo llegar al mercado sino mantenerse, por tal razón en la formulación de estrategias no se deben perder de vista los siguientes aspectos:

- La entrada de más competidores
- La amenaza de los sustitutos
- El poder negociador de los compradores
- El poder negociador de los proveedores
- La rivalidad entre competidores

La atención a los factores mencionados permitirá consecuentemente desarrollar también, estrategias competitivas complementarias.

### **3.14 MARKETING MIX O MIX DE MERCADO**

#### **➤ PRODUCTO**

Es todo aquello que se ofrece al mercado para su adquisición, uso o consumo, y que puede satisfacer una necesidad o un deseo, las decisiones estratégicas con respecto a este punto incluyen:

#### **- FORMULACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:**

El producto está formulado de la siguiente manera: carne de conejo empaquetada, lista para ser preparada por el consumidor final o por intermediarios de alimentos preparados, evitando el proceso de faenamiento cuando lo compran en pie en el caso de los salones y facilitando la preparación en los hogares a quienes hasta el momento solo lo pueden degustar en salones.

El producto se venderá en las siguientes presentaciones:

- a) Canal entera individual
- b) Canal entera troceada en cuartos y mitades
- c) Media canal
- d) Despiece del conejo (hombros, muslos y lomos).

**GRÁFICO NRO. 18**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**



**Elaborado por: La Autora**

- **CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE:** Se empaquetará en bandejas desechables, recubiertas con plástico, la presentación del producto reflejará absoluta limpieza.
- **ETIQUETA:** La etiqueta será una marca, señal o membrete que identificará al producto, contendrá información referente a la fecha del sacrificio, nombre de la empresa, distintivo de la marca “El conejo Granjero”, y el slogan filosófico de la Empresa “Nutrición y sabor para una calidad de vida mejor”, además dará a conocer la composición y cualidades del producto, las formas de preparación, los datos de ubicación y números de contactos telefónicos

para pedidos, estará diseñada con colores llamativos, a fin de que despierte interés en el consumidor con la sola visualización del producto, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

## GRÁFICO No. 19

### ETIQUETA



Elaborado por: La Autora.

El logo imagen del producto será un letrero con el retrato del conejo granjero, el mismo que estará graficado dentro de un letrero, con este el consumidor identificará al producto a primera vista y será la imagen del ingreso a la granja cunícola.

## GRÁFICO No.20

### LOGOTIPO



#### ➤ **PRECIO**

Es el monto de intercambio de un producto por un valor que puede ser pagado en efectivo, cheque, tarjeta de crédito, entre otras, en el análisis de precios del presente producto, el precio se determinará mediante una investigación de mercados, que permitirá analizar a la competencia, para introducir el producto con fuerza, y mediante el cálculo del costo de producir un conejo más un margen de rentabilidad.

Se tomará en cuenta que el precio va totalmente ligado con la sensación de calidad del producto así como de exclusividad, alcanzando así liderazgo en costos y diferenciación, que nos aseguren la permanencia en el mercado.

#### ➤ **PLAZA O DISTRIBUCIÓN**

En este punto se definirá, como y donde comercializar el producto, para que sea accesible para el consumidor, logrando que el mismo llegue en las condiciones adecuadas. El producto será vendido a los asaderos, de los

alrededores, y a los supermercados de la localidad con el compromiso previo de la Unidad Productiva en la generación de demanda en el consumidor final con varias estrategias de promoción.

## ➤ **PROMOCIÓN**

Se buscará comunicar, informar y persuadir al cliente y a otros interesados de la empresa, sobre el producto y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales, se trabajará en Promoción de ventas, Fuerza de ventas, publicidad y relaciones públicas, y comunicación interactiva de la siguiente manera:

- Introducción del producto a través de ferias en la que se utilizará la técnica de la degustación, con diferentes recetas de conejo preparadas, que se brindarán como muestra al consumidor.
- También se utilizará la degustación, en las instalaciones de nuestros potenciales clientes, los salones de comidas, en donde generalmente se vende otros productos alimenticios, generando interés en el consumidor.
- Se buscará difundir recetas de preparación en programas de variedades de la localidad, como matices, en TV NORTE.
- Se elaborará hojas volantes con recetas de carne de conejo, y fotografías de los platillos que serán entregadas a nuestros clientes potenciales.
- En el primer año se trabajará en la difusión del conejo horneado y posteriormente en otras recetas: como: Conejo estofado, Conejo a la cerveza como productos clave.
- Publicar espacios en medios de comunicación escritos que difundan las propiedades nutricionales de la carne de conejo, y lo saludable de consumirla.

## ➤ **SERVICIO**

El personal es importante en todas las organizaciones, ya que generalmente el cliente se forma la impresión de la empresa con base en el comportamiento y actitudes de su personal, la personas de manera creciente forman parte de

la diferenciación en el servicio, ganando ventaja competitiva, para nuestro caso el personal más capacitado en atención al cliente será el de ventas.

Adicionalmente, es importante llevar a cabo buenos procedimientos, mecanismos y rutinas de entrega del producto. La administración de procesos es un aspecto clave en la mejora del servicio.

La presentación también es importante ya que las personas se forman una impresión de la empresa, a través de evidencias físicas como edificios, accesorios, disposición, color, folletos, rótulos, entre otras. En el conejo granjero se pondrá especial énfasis en el reflejo del aseo.

## GRÁFICO NO. 21

### HOJA VOLANTE

¿El Conejo se come.....?

Si... y es una de las carnes blancas más saludables del planeta.

Su carne posee un alto contenido en proteínas, vitaminas, fósforo y calcio. Por su bajo contenido en grasa es ideal para niños, ancianos y dietas.

**¡Compra YA!**

**Producto sano y delicioso.. ¿dónde? en**

**EL CONEJO GRANJERO**

**Conejo al horno (6 porciones):**

- 1 conejo Ranchero
- salvia
- albahaca
- 1/8 de mantequilla o margarina
- perejil
- 1 ramito de romero

**Preparación:**

Sumerja el conejo durante varias horas en agua con vinagre y hierbas aromáticas, (salvia, perejil y albahaca).

Sáquelo y téngalo suspendido durante un rato para que escurra bien. Colóquelo sobre una mesa, crúcele las patas y sujéteselas con un trozo de piola. Cubra el cuerpo del conejo con tiras de tocino, ponga dentro de su abdomen pedacitos de margarina y un ramito de romero.

Lléve al horno en una fuente enmantecada, cocinándolo a temperatura suave y rociándolo de vez en cuando con su propia salsa. Cuando calcule que está a punto, saque el tocino y dórelo a fuego fuerte. Sirva acompañado de rodajas de limón y ensalada.

**Dirección: Santa Rosa del Tojar calle principal a 2 km del centro de la ciudad.**

**Contacto:**  
**08055915**

Elaborado por: La Autora.

### **3.15 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

- El análisis de la oferta y la demanda del proyecto están básicamente fundamentados en la investigación de mercado efectuada mediante encuestas y entrevistas.
- En el estudio de mercados se determinó que la mejor alternativa para vender la carne de conejo es a través de salones de comidas típicas y supermercados de la ciudad de Ibarra, para que lleguen al consumidor final.
- La estrategia de introducción en el mercado deberá basarse en el mix de mercado para comercializar un producto de calidad, a precios accesibles, con canales de distribución oportunos, masiva promoción y propaganda, y un excelente servicio a nuestros clientes potenciales.
- La clave para promocionar al producto es la difusión de los poderes nutritivos de la carne de conejo, para llevar una dieta balanceada, y en su exquisito sabor, para ello se realizará convenios con los salones de comidas típicas, para trabajar conjuntamente con ellos.
- Se debe identificar etapas del producto desde que se produce hasta que se vende y llega al consumidor, para determinar la eficiencia en el flujo de mercado.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4. UBICACIÓN DE LA UNIDAD PRODUCTIVA

La localización de un proyecto es de gran importancia ya que puede incidir directamente en el éxito o fracaso del mismo.

Para ello se debe analizar aspectos económicos tales como disponibilidad de terreno, de materia prima, insumos, servicios, mano de obra directa, clima y ambiente adecuado para la crianza de los animales.

En el presente proyecto se consideró dos lugares como los más opcionados para la creación de la unidad productiva, pero para tomar la decisión final se realizó la siguiente matriz de factores:

**CUADRO No. 20**  
**MATRIZ DE FACTORES**

FACTORES	PUNTAJES 1-10	
	SAN ANTONIO	SANTA ROSA
DISPONIBILIDAD DE TERRENO	0	10
CLIMA Y AMBIENTE	4	8
VIAS DE ACCESO	10	7
INSUMOS ALIMENTICIOS	5	10
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	8	10
ACCESO PRODUCTOS VETERINARIOS	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>50</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo.

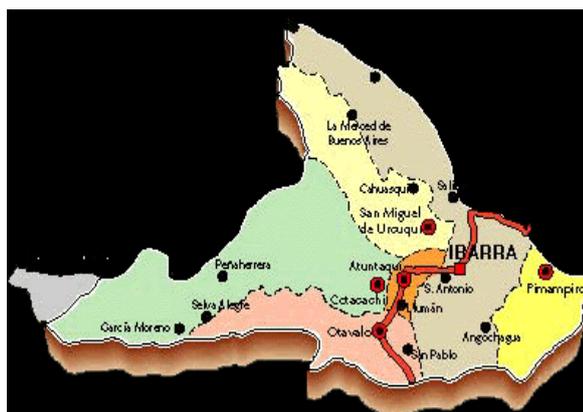
En el caso de San Antonio habría que arrendar el terreno lo que implicaría el incremento de un costo fijo para la producción, pese a que cuenta con mejores vías de acceso existe la predisposición al ruido, situación que provoca estrés en los animales disminuyendo su productividad e inclusive causándoles enfermedades. En Santa Rosa muchas de las personas de los alrededores se dedican a la siembra de alfalfa, principal alimento de los animales, por tal razón se puede concluir que el lugar más adecuado es el terreno ubicado en Santa Rosa del Tejar.

#### 4.1 MACROLOCALIZACIÓN

##### ➤ PROVINCIA

La macro localización del proyecto será en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del país, limitada: al norte con la provincia del Carchi, al este con la provincia de Sucumbíos, al oeste con la provincia de Esmeraldas, y al sur con la provincia de Pichincha. Imbabura cuenta con una superficie de 4559 km<sup>2</sup>, se encuentra en la zona andina entre la cordillera occidental y oriental.

**GRÁFICO No. 22**  
**MACROLOCALIZACIÓN**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Municipalidad de Ibarra, Línea Base RRNN.

## ➤ CANTÓN

La ciudad de Ibarra es la más adecuada para implementación de una unidad productiva procesadora cunícola ya que tiene mayor acceso para la adquisición de materia prima, cuenta con adecuada vías de acceso que optimizan costos de transporte, y existen más posibilidades de contar con mano de obra directa e indirecta necesaria para la producción.

### 4.2 MICROLOCALIZACIÓN

La Unida productiva va a ser instalada en la parroquia La Esperanza, Barrio Santa Rosa del Tejar, es una zona urbano-marginal localizada en la ciudad de Ibarra en la que se dispone del terreno adecuado para desarrollar en forma eficiente el proceso productivo, libre de la contaminación y del aturdimiento de la ciudad para los animales, cuenta con vías de acceso de segundo orden, y con servicios básicos instalados necesarios para el correcto funcionamiento.

**GRÁFICO No.23**  
**MICROLOCALIZACIÓN**



**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Municipalidad de Ibarra, Línea Base RRNN.**

### ➤ **VÍAS DE ACCESO**

Las vías de acceso son adecuadas, el camino es empedrado, y se encuentra a 20 minutos del centro de la ciudad en carro. Reúne las condiciones necesarias para el hábitat adecuado de los animales, ya que está alejado de los ruidos excesivos de la ciudad, evitando niveles de estrés perjudiciales para los conejos, y cuenta con los servicios básicos necesarios para un desarrollo con normalidad de la actividad cunícola. La distancia no implica mayores complicaciones para llegar con el producto a los clientes, ni para acceder a proveedores de alimentos para el ganado.

### **4.3 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES**

Se cuenta con un terreno de 1092 metros cuadrados, en la zona de Santa Rosa del Tejar, para la ubicación tanto de oficinas como de la planta de procesamiento, y la instalación del galpón, que se distribuirá de la siguiente manera:

### ➤ **CRIADEROS**

Las paredes del galpón se construirán de bloques de cemento y tendrán una altura de 1.75 metros.

#### - **PLANIFICACIÓN DE UN CRIADERO**

Se debe mantener la proporcionalidad en la distribución del galpón de acuerdo a: el número de jaulas, el espacio no debe ser estrecho y ni demasiado espacioso para evitar tener animales improductivos, se debe considerar la anchura de los pasillos, la misma que va a tener un metro de espacio, la distribución de las jaulas, el suministro de alimentos y agua, entre otros criterios.

#### - **REQUISITOS DEL LUGAR A OCUPAR**

Para dar cumplimiento a las expectativas propuestas es preferible un lugar que mantenga un confort para los animales, y tenerlos protegidos de depredadores humanos o animales.

Los galpones constarán de los siguientes elementos:

- Techo de ardex
- Puerta del galpón
- Paredes laterales
- Fila de jaulas
- Pasillo entre jaulas
- Piso de cemento.

#### 4.4 DEDICACIÓN Y DEMANDA DE TIEMPO EN LA CRÍA DEL CONEJO

**CUADRO No. 21**

<b>ETAPAS DE PRODUCCIÓN</b>	
GESTACIÓN	30 DÍAS
DESTETE	30 DÍAS DESPUÉS DEL PARTO
NUEVA GESTACIÓN	12 DÍAS DESPUÉS DEL PARTO
CRÍANZA	60 DÍAS DESPUÉS DEL DESTETE
COMERCIALIZACIÓN	90 DÍAS DESPUÉS DEL PARTO
DURACIÓN DEL PROCESO 90 DÍAS	120 DÍAS CON EL PERÍODO DE GESTACIÓN

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

#### 4.5 SUPERFICIE MÍNIMA NECESARIA

La edificación de la planta procesadora se distribuirá de la siguiente forma:

Un cuarto de 5 x 5 m existente que será subdividida en cubículos para Gerencia y Contabilidad y batería sanitaria.

Un cuarto de 5 x 6 m para el proceso de faenamiento, equipado con mesones y drenajes de desechos, y una subdivisión equipada con frigoríficos, para

almacenamiento y conservación del producto que tendrá una dimensión de 2 por 2 m.

Área para jaulas y bodega de alimentos incluida de 210.95m<sup>2</sup>, con proyección a incremento de jaulas.

En total se necesita una superficie de 265.98 metros cuadrados, de los cuales están pendientes de construir únicamente los 210.95 que corresponden a los galpones, ya que las otras dos unidades se encuentran construidas solo se necesita adecuaciones.

La depreciación de obras civiles e infraestructura será parte de los costos indirectos de fabricación ya que serán de utilidad para el proceso productivo.

La distribución de las instalaciones se puede apreciar mejor en el **Anexo nro. 8**

#### - **JAULAS Y TINGLADOS**

Se precisan, jaulas adecuadas, duraderas. Las jaulas deben ser fáciles de manejar, de limpiar, y de desinfectar. Estarán construidas de alambre galvanizado, con espacio de 12 milímetros entre alambres, y el piso será de malla galvanizada.

Las jaulas deben montarse en un ambiente fresco, sin altas humedades, sin corrientes de aire, pero ventilados, que no les dé un exceso de iluminación.

Para la optimización del uso del espacio se va a organizar las jaulas en una estructura de dos pisos escalonada, en las cuales las deyecciones caerán en baterías con placas inclinadas de fibra de cemento, las mismas que permitirán la retirada de los excrementos con comodidad y vendrán equipadas con los comederos, bebederos tolvas y nidales los mismos que son indispensables en explotaciones cunícolas.

Las tolvas se fabrican en material plástico difícil de ser roído, tienen que ser desmontables, lavables, y desinfectables.

El diseño de las jaulas es lo suficientemente amplio para que las conejas puedan adaptar sus propios nidales, en el momento que ya se requiera.

### **GRÁFICO No. 24**

### **JAULAS**



**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

#### **- UBICACIÓN DE LAS JAULAS**

Para una coneja con sus crías se requiere una jaula de 100 cm de largo, 50cm de ancho y 40 cm de alto, y el mismo espacio se requiere para un reproductor.

Se debe instalar como mínimo dos jaulas por cada hembra de cría existente, para alojar machos reproductores, hembras de reemplazo y animales de engorde, es decir 236 jaulas de 100x50 x40.

El espacio necesario para la ubicación de 236 jaulas con proyección al incremento de las mismas y el espacio para guardar los alimentos son 180 metros cuadrados.

En el centro se ubicará grupos de jaulas, en dos filas de 24 jaulas adosadas entre ellas, y las restantes alrededor de los grupos centrales.

#### **4.6 TAMAÑO DEL PROYECTO**

##### **➤ CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

De acuerdo al estudio de mercados la demanda insatisfecha en la localidad es de 84066 conejos anuales, de la cual se pretende cubrir el 10% en el primer año y representa un amplio mercado que se puede cubrir sin que haya riesgo de saturación, Si hablamos de cubrir el 10% de la demanda insatisfecha esto quiere decir que se pretendería vender 8407 conejos de 2.4 kg en todo un año de acuerdo a los siguientes requerimientos:

**CUADRO No. 22**  
**REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN**

<b>REQ. DIARIO</b>	<b>REQ. SEMANAL</b>	<b>REQ. MENSUAL</b>	<b>REQ. ANUAL</b>
35	175	701	8407

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Estudio de mercado**

Sin embargo es necesario aclarar que en el primer año los primeros cuatro meses resultan improductivos hasta que se reproduzcan los primeros animales, por tal razón el tiempo que nos resta del año para la comercialización son 8 meses y se puede obtener 6 camadas cada 45 días. Por lo que la producción será de la siguiente manera:

**CUADRO No. 23**  
**CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN**

<b>REQ. DIARIO</b>	<b>REQ. SEMANAL</b>	<b>REQ. MENSUAL</b>	<b>REQ. EN 8 MESES</b>
24	116	467	5600

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Con la utilización del ritmo semi - intensivo de reproducción, para obtener esta producción se requieren 118 madres reproductoras y 12 machos reproductores. Con la utilización de los 130 pies de cría se obtendrá una producción de:

**CUADRO No. 24**  
**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN PRIMER AÑO**

<b>CAMADAS</b>	<b>MADRES REPRODUCTORAS</b>	<b>GAZAPOS POR CAMADA</b>	<b>TOTAL DE LA CAMADA</b>	<b>DÍAS</b>
PRIMERA CAMADA	118	8	944	<b>120 DÍAS</b>
SEGUNDA CAMADA	118	8	944	<b>166 DÍAS</b>
TERCERA CAMADA	118	8	944	<b>210 DÍAS</b>
CUARTA CAMADA	118	8	944	<b>255 DÍAS</b>
QUINTA CAMADA	118	8	944	<b>300 DÍAS</b>
SEXTA CAMADA	118	8	944	<b>345 DÍAS</b>
<b>TOTAL</b>			<b>5664</b>	

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

Sin embargo es necesario manejar el índice de alrededor del 1% de mortalidad, para no obtener menos de la producción deseada.

Durante el segundo año ya se pueden obtener 8 camadas, y se puede incrementar el volumen de producción con el mismo número de pies de cría a 7552 sin embargo la meta es 8407, por lo que se trabajará de la siguiente manera:

**CUADRO No. 25**  
**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SEGUNDO AÑO**

<b>CAMADAS</b>	<b>MADRES REPRODUCTORAS</b>	<b>GAZAPOS POR CAMADA</b>	<b>TOTAL</b>
PRIMERA CAMADA	133	8	1064
SEGUNDA CAMADA	133	8	1064
TERCERA CAMADA	133	8	1064
CUARTA CAMADA	133	8	1064
QUINTA CAMADA	133	8	1064
SEXTA CAMADA	133	8	1064
SEPTIMA CAMADA	133	8	1064
OCTAVA CAMADA	133	8	1064
<b>TOTAL</b>			<b>8512</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

A medida que el mercado nos vaya conociendo se puede incrementar la producción un 10% cada año con relación al año anterior.

Se procurará obtener las madres de reemplazo de las mismas camadas que se vayan produciendo en la granja. La vida reproductiva de los conejos tiene una duración estimada de un año, en ese momento se deber sacrificar a los animales, vender su carne a un costo mínimo, las madres de reemplazo

saldrán de las mismas camadas que se produzcan en la granja y hay que estimar el costo de reproducción, se crecerá de la siguiente manera:

**CUADRO No. 26**  
**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN TERCER AÑO**

<b>CAMADAS</b>	<b>MADRES REPRODUCTORAS</b>	<b>GAZAPOS POR CAMADA</b>	<b>TOTAL</b>
PRIMERA CAMADA	146	8	1168
SEGUNDA CAMADA	146	8	1168
TERCERA CAMADA	146	8	1168
CUARTA CAMADA	146	8	1168
QUINTA CAMADA	146	8	1168
SEXTA CAMADA	146	8	1168
SÉPTIMA CAMADA	146	8	1168
OCTAVA CAMADA	146	8	1168
<b>TOTAL</b>			<b>9344</b>

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

CUADRO No. 27

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN CUARTO AÑO

<b>CAMADAS</b>	<b>MADRES REPRODUCTORAS</b>	<b>GAZAPOS POR CAMADA</b>	<b>TOTAL</b>
PRIMERA CAMADA	160	8	1280
SEGUNDA CAMADA	160	8	1280
TERCERA CAMADA	160	8	1280
CUARTA CAMADA	160	8	1280
QUINTA CAMADA	160	8	1280
SEXTA CAMADA	160	8	1280
SEPTIMA CAMADA	160	8	1280
OCTAVA CAMADA	160	8	1280
<b>TOTAL</b>			<b>10240</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

**CUADRO No. 28**  
**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN QUINTO AÑO**

CAMADAS	MADRES REPRODUCTORAS	GAZAPOS POR CAMADA	TOTAL
PRIMERA CAMADA	176	8	1408
SEGUNDA CAMADA	176	8	1408
TERCERA CAMADA	176	8	1408
CUARTA CAMADA	176	8	1408
QUINTA CAMADA	176	8	1408
SEXTA CAMADA	176	8	1408
SEPTIMA CAMADA	176	8	1408
OCTAVA CAMADA	176	8	1408
<b>TOTAL</b>			<b>11264</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

El número de reproductores se incrementará en función de la producción.

#### **4.7 MATERIA PRIMA REQUERIDA**

Se considera materia prima a los pies de cría utilizados para la producción de conejos, a la alimentación y a las vacunas que generalmente se suministra mediante soluciones en el agua, se estima que un conejo consume un promedio de 1.92 gramos de electrolitos en el mes.

**CUADRO No 29**  
**INCREMENTO DE PIES DE CRÍA**

<b>AÑOS</b>	<b>PIES DE CRIA</b>
1	118
2	133
3	146
4	170
5	176

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PAUTAS DE ALIMENTACIÓN**

Para la producción de carne de conejo los insumos que intervienen directamente en el producto son los relacionados con la alimentación, la misma que se compone en un 70% de alfalfa y un 30% de balanceado.

La madre consume alrededor de 2.5 kg de alimento para producir el destete de 1 kg de gazapo.

Los gazapos desde el destete hasta la venta consumen entre 3 y 3.5 kg de alimento por cada kg de peso vivo. Para un gazapo que pesa 0.80 kg el momento de su destete y 2.4 kg el momento de su venta, esto representa un crecimiento de 1.6 kg y un consumo de 6 kg hasta ese momento.

Los machos y las hembras improproductivas pueden estimarse en unos 0.6Kg de alimento consumido en gazapo destetado. Por tanto la alimentación de los conejos de 3 kg se estima:  $1.6+6+.06= 7.66$  Kg por cada kg de su peso.

**CUADRO No. 30**  
**ALIMENTO REQUERIDO**

<b>AÑOS</b>	<b>KG DE CARNE</b>	<b>KG ALIMENTO</b>
1	13440	102950
2	20177	154554
3	22194	170010
4	24414	187011
5	26855	205712

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

➤ **TALENTO HUMANO REQUERIDO**

En lo que respecta a la Administración de la Unidad Productiva se requerirá de un Gerente que estará encargado del correcto funcionamiento de la planta y los convenios de ventas y comercialización, un Contador que se encargará de los registros adecuados de transacciones generadas y un operario que se encargue del faenamiento, arreglo y aseo de las instalaciones. Se requerirá la visita de un veterinario cada 15 días para que inspeccione a los animales.

**CUADRO No. 31**  
**REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO**

<b>CARGO</b>	<b>FUNCIONES</b>
GERENTE	ADMINISTRACIÓN Y VENTAS
CONTADOR	REGISTRO CONTABLE
2 OPERARIOS	PROCESO PRODUCTIVO

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

La necesidad de contratar dos operarios está determinada de la siguiente manera: El tiempo que le tomará al obrero para realizar el proceso de faenamiento de dos conejos es de 23 minutos, así

**CUADRO No. 32**

**CÁLCULO DE HORAS HOMBRE  
(Procesamiento de dos conejos)**

RECEPCIÓN Y PESAJE	2 minutos
SACRIFICIO	3 minutos
DESPELLEJADO	3 minutos
EVICERADO	6 minutos
TROZADO DE LA CANAL	5 minutos
EMPAQUE	2 minutos
ALMACENAMIENTO	2 minutos
<b>TOTAL</b>	<b>23 MINUTOS</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Para saber el proceso de 24 conejos diarios de lunes a viernes, se obtiene del siguiente cálculo:

$$23/2 = 11.5 \text{ minutos.}$$

$$\begin{array}{r} 11.5 \text{ minutos} \\ \times \\ \hline 25 \text{ conejos} = 287.50 \text{ minutos.} \end{array}$$

$$287.50/60 = 4.79 \text{ O } 5 \text{ horas diarias de lunes a viernes.}$$

Las personas contratadas destinarán 5 horas diarias a los procesos de faenamiento que normalmente no puede realizar una sola persona. El tiempo restante lo dedicarán al aseo y cuidado de los animales, también se les podrá encomendar otras funciones, relacionadas con la producción, de manera que

se trabaje las 40 horas semanales de acuerdo a lo que estipula el código de trabajo. Durante los 4 primeros meses que son la etapa de inicio de la producción del conejo se contará con un operario, a partir de este tiempo se contratará el segundo operario para que colabore en el proceso de faenamiento.

#### **4.8 DETERMINACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

##### **➤ RECUPERACIÓN Y PESAJE**

Se efectuará el chequeo de los animales con el fin de detectar síntomas de alguna enfermedad o lesiones físicas y luego se procederá al pesaje del animal, para determinar el rendimiento de la canal. Los mejores animales pesarán entre 2.5 y 3.5 kg. Antes del sacrificio se les proporcionará alguna dieta que contenga hierbas aromáticas como tomillo, las mismas que transferirán un sabor agradable a la carne. Los animales deben permanecer 12 horas sin alimento antes del sacrificio pero se les debe dar agua normalmente.

##### **➤ ATURDIMIENTO**

El procesamiento y faenamiento del conejo debe realizarse en un lugar limpio y aislado para evitar la entrada de insectos, aves, roedores, etc. Los utensilios y las manos sin heridas previas, deben higienizarse y la ropa debe estar totalmente limpia. Los conejos serán degollados para evitar marcas de golpes en la carne y niveles exagerados de adrenalina que afectan la calidad de la carne.

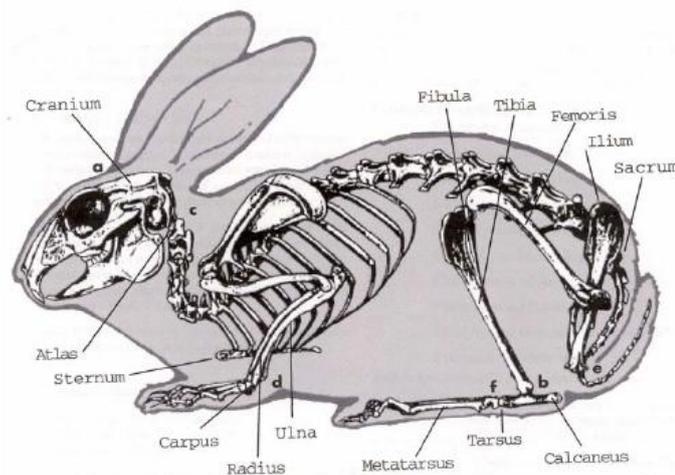
##### **➤ DESPELLEJADO**

Los conejos deben ser despellejados y eviscerados inmediatamente después del sacrificio y mientras el cuerpo esté tibio siguiendo el siguiente proceso:

Se cuelga el conejo insertándolo un gancho de metal por la unión del talón entre el tendón y el hueso de la pata trasera izquierda.

- Remover la cabeza a la altura del atlas.
- Remover las patas delanteras a la altura de la unión del carpo radio-ulna (cúbito).
- Cortar la cola.
- Cortar la pata trasera izquierda en la primera coyuntura.
- Cortar la piel alrededor de la pata trasera derecha en el corvejón.
- Rasgar la piel interior de la pata izquierda hacia la base de la cola.
- Eliminar el exceso de grasa y halar la piel con las dos manos hacia abajo.
- Lavar la canal con agua fría a presión

### GRÁFICO No. 25 FISIOLOGÍA DEL CONEJO



Elaborado por: La Autora

#### ➤ EVISCERADO

En el eviscerado primero se debe buscar las glándulas odoríferas, que se localizan debajo de las patas delanteras en la unión natural de las patas al

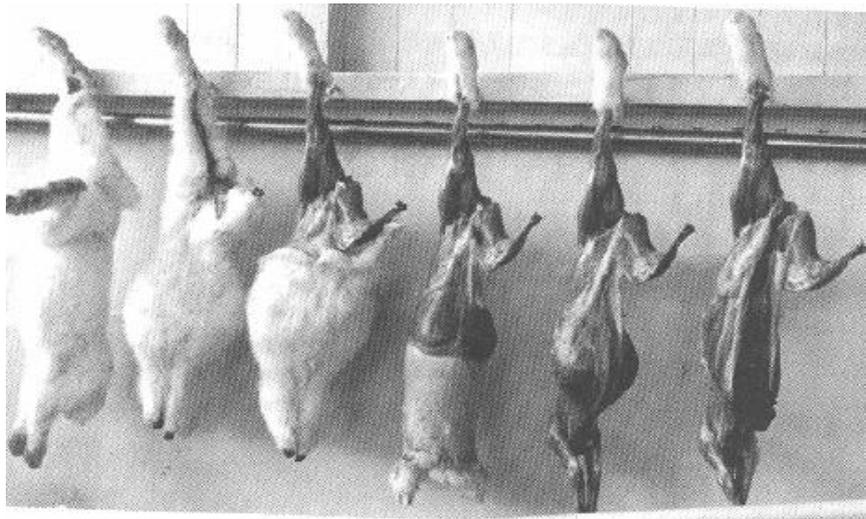
cuerpo y evitar cortarlas o que tengan contacto con partes comestibles de la canal.

Luego se procede a cortar el vientre desde el ano hasta el hueso del esternón evitando cortar las vísceras haciendo un pequeño corte en los flancos entre las patas traseras, introduciendo los dedos con guantes para sujetar las vísceras y guiar el cuchillo. Se corta desde adentro de la cavidad del cuerpo hacia fuera.

Posteriormente se procede a remover las entrañas utilizando las manos con guantes y a lavar el interior de la canal con agua fría.

### **GRÁFICO No. 26**

#### **ETAPAS DEL EVISCERADO DEL CONEJO.**



**Elaborado por: La Autora**

#### **➤ TROZADO DE LA CANAL**

El trozado se realiza de la siguiente manera:

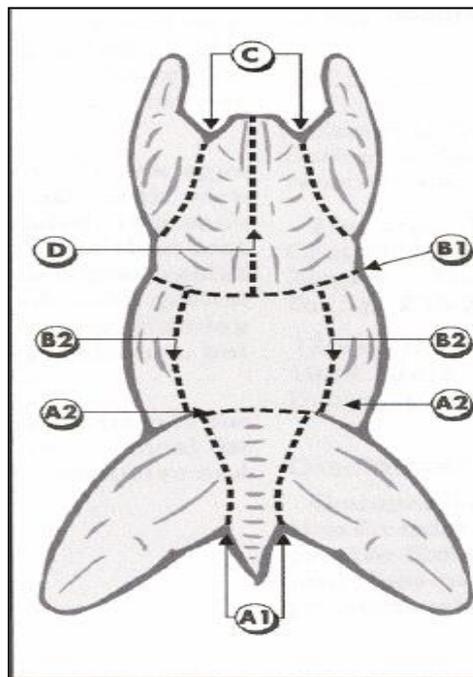
Para remover colas y patas se debe cortar paralelamente en cada lado de la cola hasta que el cuchillo haga contacto con los huesos de las patas.

- Luego se corta perpendicularmente a la espina dorsal, frente a la unión de la cadera de cada pata.

- Se debe torcer para separar y remover la unión.
- Se corta a través de la espina dorsal para remover la cola.
- Para remover el lomo y costados se corta a través de la espina dorsal a lo largo de las costillas.
- Se procede a remover los flancos separando el costado mas fino de los músculos más gruesos del lomo.
- Se remueve las patas delanteras a través de la unión natural de éstas y las costillas.
- Se divide las costillas cortando paralelamente y a través de la espina dorsal.

**GRÁFICO No. 27**

**TROZADO DE LA CANAL**



**Elaborado por: La Autora**

#### **4.9 MANEJO DE DESECHOS**

Es importante considerar que un recurso adicional de la crianza del conejo es su producción excreta. La consistencia seca, la carga de nitritos y nitratos, hacen que este sea un nutriente rico para las plantas. El excremento de conejo puede ser utilizado para uso directo al suelo pues tiene un PH básico, lo que le diferencia de los desechos de aves y del cerdo.

Es preferible cultivar el pasto que servirá para alimentar a los conejos, para utilizar el abono del conejo, disminuyendo el costo y cerrando el ciclo productivo.

#### **4.10 EMPACADO**

La carne será empacada en bandejas desechables de 14 x 18 pulgadas recubiertas con plásticos adherentes extensibles de baja densidad para los alimentos.

#### **4.11 REFRIGERACIÓN**

El principal propósito de la congelación, es mantener la calidad y la vida útil del producto durante períodos más largos de los que serían posibles a más altas temperaturas. La temperatura recomendada para la conservación de la carne de conejo es de -23 a -20 grados, alcanzando una duración de hasta 6 meses.

#### **4.12 TRANSPORTE DEL PRODUCTO CONGELADO:**

El problema que se presenta en esta fase generalmente es el mantenimiento de la temperatura. Se debe tomar precauciones con: La apertura de puertas, el desconectado de las unidades de frío, temperaturas iniciales altas del producto debido a retrasos durante la carga. La distribución física a nuestros clientes se realizará en vehículos acondicionados con gavetas de 80 x 50 x 30 cm, resistentes a la compresión que eviten al máximo las pérdidas por rotura

o despegue del plástico adherente de la bandeja, el costo por transporte es de 0.15 centavos por bandeja transportada.

#### **4.13 INSTALACIONES Y ACCESORIOS PARA FAENAMIENTO Y SACRIFICIO**

El espacio para el faenamiento debe guardar absoluta limpieza, estará equipado con planchas de cemento para desarrollar en ellas el proceso de eviscerado y lavado de la canal del conejo. En las mismas se realizará la conexión al agua potable y al alcantarillado, para el drenaje de los desechos.

Por comodidad para el degollamiento se utilizará 2 tinas de acero inoxidable con ruedas para fácil movilidad, equipo de corte, y ganchos para colgar a los conejos muertos para proceder al despellejado.

#### **4.14 FRIGORÍFICOS**

El cuarto de faenamiento tendrá un compartimento de 2 x 2 metros en donde se ubicará 1 frigoríficos de 10 bandejas de tipo horizontal panorámico, motor de 110 voltios, y luz blanca interior, de acuerdo a cotizaciones del mercado tienen un costo de 1600 dólares.

#### **GRÁFICO No. 28**

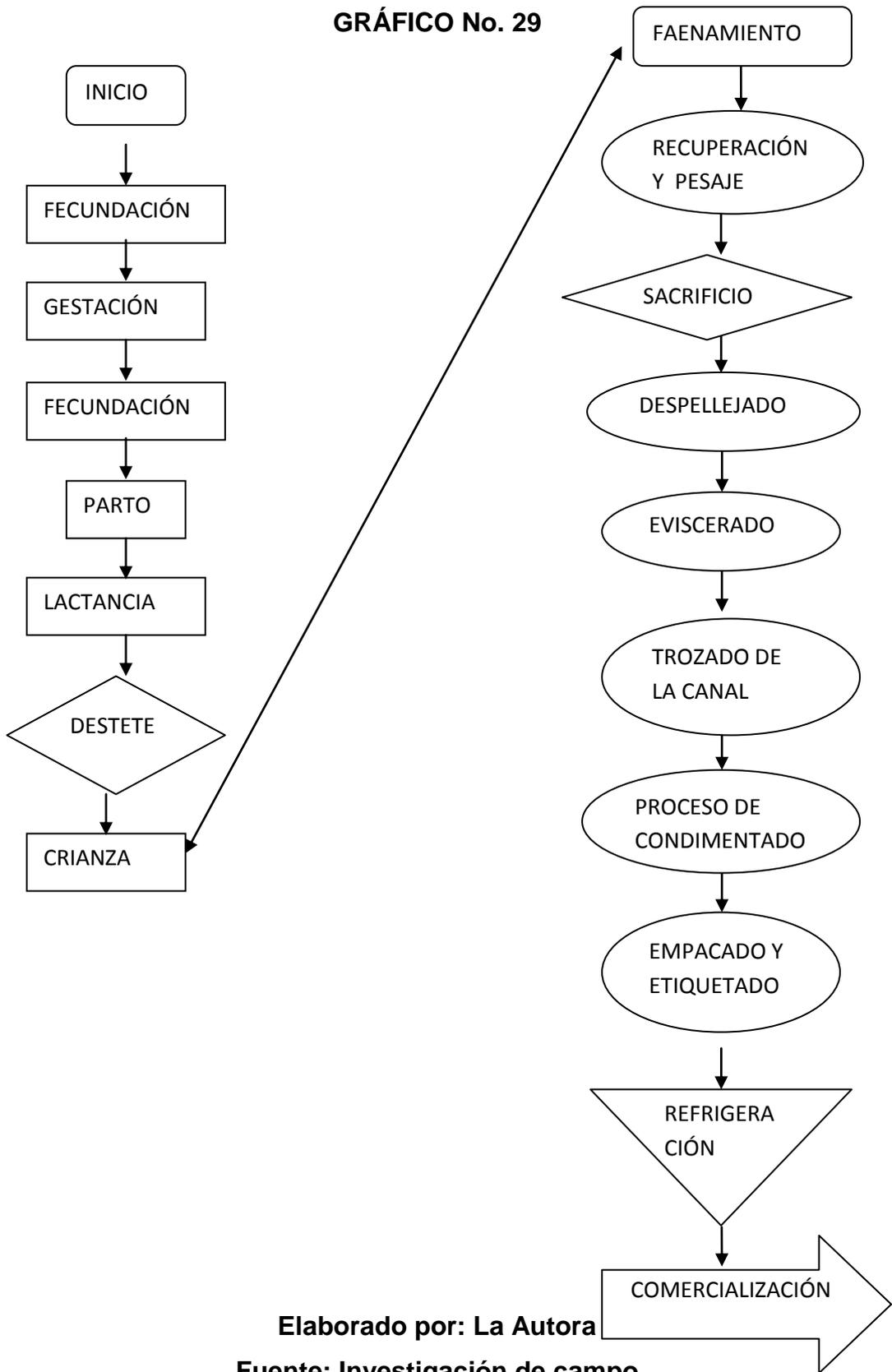
#### **MODELO DE FRIGORÍFICO**



**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

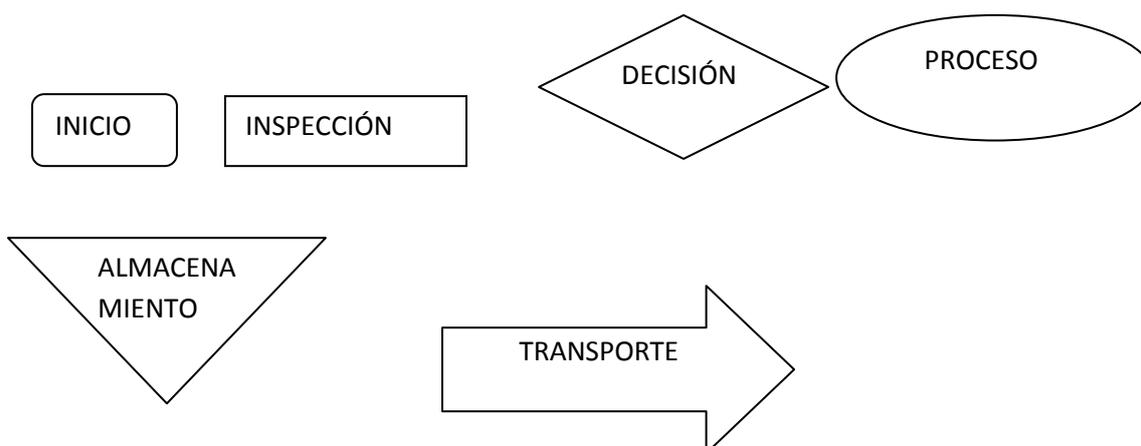
4.15 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

GRÁFICO No. 29



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación de campo

- **SIMBOLOGÍA:**



**4.16 PRESUPUESTO TÉCNICO**

**CUADRO No. 33**

<b>UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA. LTDA. PRESUPUESTO TÉCNICO POR DEPARTAMENTOS Al 01 de enero del 2011.</b>		
<b>ADMINISTRATIVO</b>	<b>PU</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
DOS MODULARES SENCILLOS	700	1400
1 ARCHIVADOR	150	150
2 SILLAS GIRATORIAS	70	140
4 SILLAS PARA ATENCION AL CLIENTE	45	180
1 TELFONO	30	30
1 TELEFAX	150	150
EQUIPO DE OFICINA (SUMADORAS, GRAPADORAS, PAPELERAS)	70	70
SUMINISTROS DE OFICINA	90	90
DOS COMPUTADORES COMPLETOS	650	1300
<b>PRODUCCIÓN Y CRÍA</b>		
236 JAULAS	7.50	1770
130 PIES DE CRIA	4.50	585
1 ESTANTERIA PARA COLOCACION DEL ALIMENTO	80	80

<b>FAENAMIENTO</b>		
GUANTES DE GOMA O PLÁSTICOS (1 PAR DIARIO DE LUNES A VIERNES)	0.40	261
EQUIPO DE CORTE Y AFILADO	150	150
5 BANDEJAS	2,5	12,5
5 GANCHOS DE METAL INOXIDABLE	8	40
2 TINAS DE ACERO	15	30
MESA DE TRABAJO	45	45
BÁSCULA DE RECEPCIÓN	45	45
ACCESORIOS DE LIMPIEZA (1.50 DIARIO)	1.50	547.50
<b>CONSERVACIÓN Y EMPAQUETADO</b>		
1 FRIGORÍFICO	1600	1600
5600 BANDEJAS DE EMPAQUE	0.15	840
5600 FUNDAS DE EMPAQUE	0.10	560

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

En el capítulo del análisis financiero se analizará mejor el cálculo de los costos y gastos de la Productiva.

#### **4.17 SEGUIMIENTO Y MONITOREO**

Para el adecuado desarrollo de las actividades de la Unidad productiva se realizará un control permanente de la gestión, y los procesos operativos y de comercialización, para ello se establecerán cronogramas de actividades, índices de gestión mensuales que serán responsabilidad de la gerencia, y control del crecimiento de las ventas y del requerimiento de materia prima, siempre buscando las mejores alternativas y procurando la mejor organización posible.

**CAPÍTULO V**  
**ESTUDIO FINANCIERO**

En un criadero industrial la parte contable debe ser manejada por un profesional que tiene en cuenta las Normas Contables, los aspectos tributarios y la rentabilidad del establecimiento y analizando costos y beneficios.

**5.1 PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN**

**CUADRO No. 34**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN**  
**Al 01 de enero del 2011.**

DESCRIPCIÓN	CAPITAL PROPIO	CAPITAL FINANCIADO	VALOR TOTAL
<b>INVERSIONES FIJAS</b>			<b>\$USD 23414,05</b>
TERRENO	\$USD 10447,82		
OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA		\$USD 5692,73	
INSTALACIONES, Y EQUIPOS	\$USD 2138,50	\$USD 1770,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$USD 1995,00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$USD 1300,00		
EQUIPO DE OFICINA	\$USD 70,00		
<b>INVERSIONES VARIABLES</b>			<b>\$USD 7155,32</b>
CAPITAL DE TRABAJO	\$USD 7155,32		
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$USD 23106,64</b>	<b>\$USD 7462,73</b>	<b>\$USD 30569,37</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación de campo

El 76% de la inversión se financiará mediante las aportaciones de los accionistas, mientras que el 24% del proyecto que está encaminado para obras civiles e instalaciones se financiará mediante una línea de crédito en el sector privado.

➤ **CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesario para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo en el que todavía no se generan ventas.

**CUADRO No. 35**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**CAPITAL DE TRABAJO (4 MESES)**  
**Del 1 de enero del 2011 de enero al 30 abril del 2011**

DETALLE	VALOR (\$USD)
CAJA	500,00
MATERIA PRIMA	730,33
MANO DE OBRA	1360,30
GASTOS INDIRECTOS	1018,44
GASTOS DE VENTAS	160,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3386,25
<b>TOTAL</b>	<b>\$USD 7155,32</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Durante los primeros cuatro meses se contratará un operario que se encargue del cuidado de los reproductores y a partir del cuarto mes se contratará una persona más para que colabore en el proceso de faenamiento. De la misma

manera están estimados los demás componentes del capital de trabajo, tomando en cuenta solo lo necesario para los primeros 4 meses hasta que se pueda comercializar la primera camada.

**CUADRO No. 36**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL**  
**AL 01 DE ENERO DEL 2011**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
CAJA	\$USD 500,00	PRÉSTAMOS X PAGAR	\$USD 7462,73
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$USD 500,00</b>	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$USD 7462,73</b>
		<b>PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		CAPITAL SOCIAL	\$USD 16721,32
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$USD 1300	<b>TOTAL PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	<b>\$USD 16721,32</b>
EQUIPO DE OFICINA	\$USD 340		
MUEBLES Y ENSERES	\$USD 1995,00		
INSTALACIONES Y EQUIPOS	\$USD 3908,50		
EDIFICIO	\$USD 5692,73		
TERRENO			

	\$USD 10447,82		
<b>TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>\$USD 23684,05</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$USD 24184,05</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	<b>\$USD 24184,05</b>

\_\_\_\_\_  
**PRESIDENTE**

\_\_\_\_\_  
**GERENTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTADOR**

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

De acuerdo a lo que dispone la NIC 1 ya no se considera el rubro de inversión diferida, dicho valor se encuentra dentro de los gastos, ya que los activos intangibles deben reunir las características enunciadas en el marco teórico para ser considerados como tal, y los gastos de constitución no las cumplen.

## **5.2 PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS**

### **➤ PROYECCIÓN DE VENTAS**

Los precios de ventas están estimados en función de los costos para producir la carne en kilogramos. Se pretende realizar las ventas del producto en diferentes porciones como: mitades, cuartos, y presas a fin de hacer el producto más accesible al bolsillo del consumidor final y se venderán enteros para los clientes que lo adquieran como materia prima es decir propietarios de salones.

En el primer y segundo año se pretende cubrir el 10% de la demanda insatisfecha, como se trata de un producto que conforme vaya siendo conocido por la sociedad irá teniendo mayores niveles de aceptación, se pretende crecer el 10% cada año con relación al período anterior y se calcula la variación del precio del 3.3% que corresponde a la inflación al consumidor final del año 2010, tal como se demuestra en los siguientes cuadros.

**CUADRO No. 37**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>AÑO</b>	<b>U. DE CONEJO</b>	<b>PV (\$USD)</b>	<b>VENTAS PROYECTADAS(\$USD)</b>
<b>2011</b>	5600	13,50	75600,00
<b>2012</b>	8407	13,95	117239,82
<b>2013</b>	9248	14,41	133219,61
<b>2014</b>	10172	14,88	151377,44
<b>2015</b>	11190	15,37	172010,18

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 38**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PROYECCIÓN DE VENTAS EN KG. DE CARNE**

**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>AÑO</b>	<b>KG DE CARNE</b>	<b>PV (\$USD)</b>	<b>VENTAS PROYECTADAS(\$USD)</b>
<b>2011</b>	13440	5,63	75600,00
<b>2012</b>	20177	5,81	117239,82
<b>2013</b>	22194	6,00	133219,61
<b>2014</b>	24414	6,20	151377,44
<b>2015</b>	26855	6,41	172010,18

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS**

Se estima que por cada conejo de 2.4 libras se requiere 7.66 kg de alimento, cada kg de alimento, se estima una variación del 3.3% en el precio de los alimentos de acuerdo al porcentaje de inflación anual. Por tanto se encuentra determinado el costo de la materia prima en alimentación tanto en capacidad de producción como en costos. Con el aumento de la producción se incrementa la necesidad de aumento de pies de cría y el costo de reemplazo de madres improductivas. También es importante considerar el costo de vacunas y vitaminas para prevenir enfermedades de los conejos.

**CUADRO No. 39**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**REQUERIMIENTO DE ALIMENTOS EN KG (MPD)**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>AÑOS</b>	<b>KG DE CARNE</b>	<b>KG ALIMENTO</b>	<b>COSTO POR KG (\$USD)</b>	<b>TOTAL(\$USD)</b>
2011	13440	102950	0,39	39700,25
2012	20177	154554	0,40	61566,80
2013	22194	170010	0,41	69958,35
2014	24414	187011	0,43	79493,68
2015	26855	205712	0,44	90328,66

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 40**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**INCREMENTO Y REPOSICIÓN DE PIES DE CRÍA**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>AÑOS</b>	<b>PIES DE CRÍA</b>	<b>PRECIO PIE DE CRÍA (\$USD)</b>	<b>COSTO TOTAL(\$USD)</b>
2011	118	4,5	
2012	133	5,99	794,05
2013	146	7,96	1161,69
2014	161	10,59	1699,56
2015	176	14,08	2478,17

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 41**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PROYECCIÓN DE COSTOS DE VACUNA**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>AÑO</b>	<b>COSTO/MILIGRAMO (\$ USD)</b>	<b>GRAMOS</b>	<b>U. CONEJOS</b>	<b>TOTAL GRAMOS</b>	<b>TOTAL COSTO(\$USD)</b>
AÑO 1	0,0200	23,04	5600	129024,00	2580,48
AÑO2	0,0266	23,04	8407	193697,28	5152,35
AÑO 3	0,0275	23,04	9248	213067,01	5854,61
AÑO 4	0,0284	23,04	10172	234373,71	6652,60
AÑO 5	0,0293	23,04	11190	257811,08	7559,35

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS**

La variación histórica del incremento de sueldos y salarios en el Ecuador es del 9.8%, la misma que se encuentra calculada de la siguiente manera:

**CUADRO No. 42**  
**DATOS HISTÓRICOS DE INCREMENTO DE SUELDOS**

\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
150,00	160,00	170,00	200,00	218,00	240,00	264,00

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Tabla sectorial**

M=último valor de la serie histórica

C= primer valor de la serie histórica

= tasa de crecimiento

n= cantidad de valores

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

$$264 = 150 (1+i)^{7-1}$$

$$\sqrt[6]{\frac{264}{150}} = 1 + i$$

$$i = \sqrt[6]{\frac{264}{150}} - 1$$

$$i = 0,098 \quad 9,800\%$$

### CUADRO No. 43

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS MENSUALES**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>CARGO</b>	<b>SBU</b>	<b>APORTE PATRONAL(12,15)%</b>	<b>13er.SUELDO</b>	<b>14to.SUELDO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>GERENTE</b>	\$USD 340	\$USD 41,31	\$USD 28,33	\$USD 22,00	\$USD 431,64
<b>CONTADOR</b>	\$USD 280	\$USD 34,02	\$USD 23,33	\$USD 22,00	\$USD 359,35
<b>OPERARIO 1</b>	\$USD 264	\$USD 32,08	\$USD 22,00	\$USD 22,00	\$USD 340,08
<b>OPERARIO 2</b>	\$USD 264	\$USD 32,08	\$USD 22,00	\$USD 22,00	\$USD 340,08
<b>TOTAL</b>	<b>1148</b>	<b>139,48</b>	<b>95,67</b>	<b>88,00</b>	<b>1471,15</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Tabla sectorial

#### CUADRO No. 44

#### UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.

#### SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS ANUALES

Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	\$USD 5179,72	\$USD 6060,50	\$USD 7064,17	\$USD 8206,36	\$USD 9504,57
CONTADOR	\$USD 4312,24	\$USD 5042,16	\$USD 5873,72	\$USD 6819,85	\$USD 7895,01
OPERARIO 1	\$USD 4080,91	\$USD 4770,60	\$USD 5556,27	\$USD 6450,11	\$USD 7465,79
OPERARIO 2	\$USD 2720,61	\$USD 3276,98	\$USD 3916,28	\$USD 4649,41	\$USD 5488,61
<b>TOTAL</b>	<b>\$USD 16293,48</b>	<b>\$USD 19457,68</b>	<b>\$USD 22700,32</b>	<b>\$USD 26415,60</b>	<b>\$USD 30353,98</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

Los fondos de reserva se encuentran considerados a partir del segundo año de acuerdo al Anexo. 19.

#### ➤ PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos de fabricación están estimados de la siguiente manera:

**CUADRO No. 45**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	<b>U.</b>	<b>REQ.</b>	<b>COSTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Bandejas	U.	1	\$USD 0,15	\$USD 840,00	\$USD 1261,05	1\$USD 387,16	\$USD 1525,87	\$USD 1678,46
Fundas de empaque	U.	1	\$USD 0,1	\$USD 840,66	\$USD 8598,91	\$USD 8795,61	\$USD 8996,81	\$USD 9202,59
ETIQUETAS	U.	1	\$USD 0,5	\$USD 2800	\$USD 4203,5	\$USD 4623,85	\$USD 5086,24	\$USD 5594,86
<b>SERVICIOS BASICOS</b>								
AGUA	M <sup>3</sup>	26	\$USD 0,37	\$USD 115,44	\$USD 108,61	\$USD 112,20	\$USD 115,90	\$USD 119,73
LUZ	K W	200	\$USD 0,081	\$USD 194,40	\$USD 200,82	\$USD 207,44	\$USD 214,29	\$USD 221,36
UTILES DE ASEO			\$USD 45	\$USD 540,00	\$USD 557,82	\$USD 576,23	\$USD 595,24	\$USD 614,89
DEPRECIACION EQ E INST.				\$USD 390,85	\$USD 390,85	\$USD 390,85	\$USD 390,85	\$USD 390,85
DEPRECIACION OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA				\$USD 284,64	\$USD 335,18	\$USD 335,18	\$USD 335,18	\$USD 335,18
VISITAS VETERINARIO QUINCENAL	1	26	\$USD 20	\$USD 520,00	\$USD 714,42	\$USD 567,69	\$USD 762,35	\$USD 787,51
<b>TOTAL</b>				<b>\$USD 5721,35</b>	<b>\$USD 15321,56</b>	<b>\$USD 16093,34</b>	<b>\$USD 16925,19</b>	<b>\$USD 17822,73</b>

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

**CUADRO NO. 46**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>MATERIA PRIMA</b>	42280,73	67513,19	76974,66	87845,83	100366,18
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>MOD</b>	4080,91	4770,60	5556,27	6450,11	7465,79
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>CIF</b>	5721,35	15321,56	16093,34	16925,19	17822,73
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>52082,99</b>	<b>87605,35</b>	<b>98624,26</b>	<b>111221,13</b>	<b>125654,70</b>

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PROYECCIÓN DE GASTOS FINANCIEROS**

Se realizará un crédito de 7462.73 dólares para 48 meses de plazo, a una tasa del 20% anual para financiar la totalidad de la inversión. El crédito será tramitado en la Cooperativa San Antonio.

**MONTO: 7462.73**

**INTERÉS: 20% ANUAL**

**PLAZO: 48 MESES**

**DIVIDENDO = MONTO  $((i (1+i)^n / ((1+i)^n - 1))$**

**Cuota Fija = 227.09**

**CUADRO No. 47**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN**  
**\$USD**

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL + INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>SALDO</b>
1	227,09	102,71	124,38	7360,02
2	227,09	104,43	122,67	7255,59
3	227,09	106,17	120,93	7149,42
4	227,09	107,94	119,16	7041,48
5	227,09	109,74	117,36	6931,75
6	227,09	111,56	115,53	6820,19
7	227,09	113,42	113,67	6706,76
8	227,09	115,31	111,78	6591,45
9	227,09	117,24	109,86	6474,21
10	227,09	119,19	107,90	6355,02
11	227,09	121,18	105,92	6233,84
12	227,09	123,20	103,90	6110,65
13	227,09	125,25	101,84	5985,40
14	227,09	127,34	99,76	5858,06
15	227,09	129,46	97,63	5728,60
16	227,09	131,62	95,48	5596,99
17	227,09	133,81	93,28	5463,18
18	227,09	136,04	91,05	5327,13
19	227,09	138,31	88,79	5188,83
20	227,09	140,61	86,48	5048,21
21	227,09	142,96	84,14	4905,26
22	227,09	145,34	81,75	4759,92
23	227,09	147,76	79,33	4612,16
24	227,09	150,22	76,87	4461,93
25	227,09	152,73	74,37	4309,20
26	227,09	155,27	71,82	4153,93

27	227,09	157,86	69,23	3996,07
28	227,09	160,49	66,60	3835,58
29	227,09	163,17	63,93	3672,41
30	227,09	165,89	61,21	3506,52
31	227,09	168,65	58,44	3337,87
32	227,09	171,46	55,63	3166,41
33	227,09	174,32	52,77	2992,09
34	227,09	177,23	49,87	2814,86
35	227,09	180,18	46,91	2634,68
36	227,09	183,18	43,91	2451,50
37	227,09	186,24	40,86	2265,27
38	227,09	189,34	37,75	2075,93
39	227,09	192,49	34,60	1883,43
40	227,09	195,70	31,39	1687,73
41	227,09	198,96	28,13	1488,76
42	227,09	202,28	24,81	1286,48
43	227,09	205,65	21,44	1080,83
44	227,09	209,08	18,01	871,75
45	227,09	212,56	14,53	659,19
46	227,09	216,11	10,99	443,08
47	227,09	219,71	7,38	223,37
48	227,09	223,37	3,72	0,00

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

El Plazo y la tasa de financiamiento son muy accesibles para actividades productivas gracias al financiamiento externo que la Institución financiera tiene para colocar sus préstamos.

**CUADRO No. 48**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**GASTOS FINANCIEROS ANUALES**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>AÑO</b>	<b>GASTO INTERÉS (\$USD)</b>
2011	1373,04
2012	1076,41
2013	714,69
2014	273,62
2015	0,00

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

### 5.3 PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

#### CUADRO No. 49

#### UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015

RUBROS	2011	2012	2013	2014	2015
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
VENTAS	75600,00	117239,82	133219,61	151377,44	172010,18
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
(-)COSTO DE PRODUCCION	52082,99	87605,35	98624,26	111221,13	125654,70
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>23517,01</b>	<b>29634,47</b>	<b>34595,35</b>	<b>40156,30</b>	<b>46355,48</b>
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
GASTOS DE ADMINISTRACION	11964,49	14319,01	16618,76	19223,48	22166,09
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
GASTOS DE VENTAS	1320,00	867,97	896,88	926,74	957,60
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>10232,52</b>	<b>14447,49</b>	<b>17079,71</b>	<b>20006,08</b>	<b>23231,78</b>
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
GASTOS FINANCIEROS	1373,04	1076,41	714,69	273,62	0,00
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>(=)UTILIDAD NETA ANTES DEL 24% IMP RTA.</b>	<b>8859,48</b>	<b>13371,08</b>	<b>16365,02</b>	<b>19732,46</b>	<b>23231,78</b>
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
IMPUESTO A LA RENTA.	2126,27	3075,35	3600,30	4341,14	5110,99
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>6733,20</b>	<b>10295,73</b>	<b>12764,72</b>	<b>15391,32</b>	<b>18120,79</b>

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

\_\_\_\_\_  
GERENTE

\_\_\_\_\_  
CONTADOR

Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación de campo

Los valores de los Gastos de ventas se desprenden del Anexo Nro.16.

El 15% de Participación de trabajadores forma parte de los gastos administrativos de acuerdo a la NIIF 5, y el impuesto a la renta para el año 2011 el impuesto a la renta es el 24%, para el 2012 el 23% y en los períodos subsiguientes el 22% de acuerdo a lo que enuncia el CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO, E INVERSIONES, publicado en el registro oficial el 29 de Diciembre del 2010.

#### 5.4 FLUJO DE CAJA

**CUADRO No. 50**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON PROTECCIÓN**  
**Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>RUBROS</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>FUENTES DE INGRESO</b>						
INVERSIÓN	(-)64945,25					
UTILIDAD NETA		6733,20	10295,73	12764,72	15391,32	18120,79
(+) DEPRECIACIONES		1342,28	1342,28	1342,28	1342,28	1342,28
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>8075,48</b>	<b>11638,01</b>	<b>14106,99</b>	<b>16733,60</b>	<b>19463,07</b>
<b>EGRESOS DE FONDOS</b>						
PAGO CAPITAL		1352,08	1648,72	2010,43	2451,50	0,00
<b>FLUJOS DE CAJA</b>		<b>6723,40</b>	<b>9989,29</b>	<b>12096,56</b>	<b>14282,10</b>	<b>19463,07</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

El método de depreciación a utilizarse es el de línea recta en concordancia con la Ley de régimen tributario interno.

## 5.5 EVALUACIÓN DEL VAN, TIR, BENEFICIO – COSTO.

**CUADRO No. 51**  
**UNIDAD DE RODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**COSTO DEL CAPITAL O TASA DE REDESCUENTO**

DESCRIPCION	VALOR NOMINAL	%	TASA DE PONDERACIÓN	COSTO NETO
PASIVO L/P (BANCARIOS O FINANCIEROS)	7462,73	24%	20,00%	24*20%= 4,80
CAPITAL SOCIAL (APORTADO)	23106,64	76%	4,96%	76*4,96% = 3,77
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>30569,37</b>	<b>100%</b>		<b>Ck 8,57</b>

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

La ponderación se realiza con la tasa activa del préstamo solicitado y la tasa pasiva máxima vigente del Banco Central del Ecuador.

### ➤ TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$i = (1 + C_k) (1 + \text{Tendencia de la inflación}) - 1$$

$$i = (1 + 0,0857)(1 + 0,0432) - 1$$

$$i = 13,25\%$$

➤ **CÁLCULO DEL VAN O VALOR ACTUAL NETO.**

**CUADRO No. 52**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES**

FLUJOS DE EFECTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	6723,40	9989,29	12096,56	14282,10	19463,07

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

$$VAN = -30569.37 + \frac{6723.40}{(1+0.1325)^1} + \frac{9989.29}{(1+0.1325)^2} + \frac{12096.56}{(1+0.1325)^3} + \frac{14282.10}{(1+0.1325)^4} + \frac{19463.07}{(1+0.1325)^5}$$

$$VAN = - 30569.37 + 5936.26+7787.23+8325.96+8679.38+10443.17$$

$$VAN = - 30569.37 + 41172 = 10602.63$$

Se obtiene como resultado un VAN positivo lo que refleja que el proyecto es viable.

➤ **CÁLCULO DEL TIR O TASA INTERNA DE RETORNO**

**FÓRMULA:**

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

$$\overline{EE} = \sum \frac{EE}{n}$$

$$\overline{EE} = \sum \frac{6723.40 + 9989.29 + 12096.56 + 14282.10 + 19463.07}{5}$$

$$\overline{EE} = 12510.88$$

$$\overline{EE} = -II + \sum \frac{\overline{EE}}{(1+R)^n}$$

$$0 = -30569.37 + 12510.88 \left( \frac{1}{1+r} \right)$$

$$0 = -30569.37 + 12510.88 X$$

$$X = 30569.37 / 12510.88 = 2.44$$

### **VAN CON EL 30% (TASA SUPERIOR)**

$$VAN = -32069.37 + \frac{6723.40}{(1+0.30)^1} + \frac{9989.29}{(1+0.30)^2} + \frac{12096.56}{(1+0.30)^3} + \frac{14282.10}{(1+0.30)^4} + \frac{19463.07}{(1+0.30)^5}$$

$$VAN = -30569.37 + 23445.32 = -7124.06$$

### **VAN CON EL 25% (TASA INFERIOR)**

$$VAN = -30569.37 + \frac{7573.11}{(1+0.25)^1} + \frac{10479.85}{(1+0.25)^2} + \frac{12118.63}{(1+0.25)^3} + \frac{13901.60}{(1+0.25)^4} + \frac{18804.63}{(1+0.25)^5}$$

$$VAN = -30569.37 + 30192.91 = -376.46$$

### **TIR**

$$TIR = 25 + (30 - 25) \left( \frac{-376.46}{376.46 - (-7124.06)} \right)$$

$$TIR = 24.72 \%$$

La tasa interna de retorno es más alta que la tasa de rendimiento medio lo que indica que el proyecto es viable.

## 5.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**CUADRO No. 53**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA**  
**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

ENTRADAS DE EFECTIVO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		6723,40	9989,29	12096,56	14282,10	19463,07
SUMATORIA TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	62554,42					
INVERSIÓN INICIAL	30569,37					
	AÑOS					
	2	16712,69				
	9 meses	13856,68				
CÁLCULO						
	30569,37					
(-)	16712,69					
DIFERENCIA	13856,68					
	30569,37		2 AÑOS			
	13856,68		X=	0,91		
	10,9					

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Se espera recuperar la totalidad de la inversión en 2 años y once meses.

## 5.7 COSTO BENEFICIO

$$BENEFICIO / COSTO = \frac{VANINGRESOS}{VANEGRESOS}$$

CUADRO No. 54

VAN INGRESOS (PRÉSTAMOS Y PROVEEDORES)			
AÑO	INGRESOS	13,260%	INGRESOS ACTUALIZADOS
2010	7462,73	1,00	7462,73
2011	75600,00	1,13	66749,19
2012	117239,82	1,28	91395,22
2013	133219,61	1,45	91693,95
2014	151377,44	1,65	91993,66
2015	172010,18	1,86	92294,34
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>441589,09</b>
	<b>INGRESOS VENTAS</b>		

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

**CUADRO No. 55**

**INVERSIÓN TOTAL**

<b>AÑO</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>13,26%</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>
2010	30569,37	1	30569,37
2011	66740,52	1,13	58926,92
2012	103868,74	1,28	80971,69
2013	116854,58	1,45	80430,04
2014	131644,98	1,65	80002,03
2015	148778,40	1,86	79829,02
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>410729,09</b>

**COSTO TOTAL = COSTO DE VENTAS+G.ADMINISTRATIVOS Y VENTAS+GASTO FINANCIERO**

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

BENEFICIO/COSTO = 441589.09 /410729.09

BENEFICIO / COSTO = 1.08

Por cada dólar de gasto se genera 1.08 de ingresos.

**5.8 PUNTO DE EQUILIBRIO**

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

**CUADRO No. 56**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE**  
**PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**  
**PRIMER AÑO**

<b>COSTO FIJO</b>	<b>\$USD</b>
DEPRECIACIÓN	1342,28
SUELDOS Y SALARIOS	16293,48
SERVICIOS BÁSICOS	309,84
ÚTILES DE ASEO	540,00
PUBLICIDAD	480,00
<b>TOTAL</b>	<b>18965,60</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
ALIMENTACIÓN	39700,25
VITAMINAS	2580,48
EMPAQUES	1680,66
ETIQUETAS	2800,00
GASTOS FINANCIEROS	1373,04
<b>TOTAL</b>	<b>48134,43</b>
<b>TOTAL</b>	<b>67100,03</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

$$PE = \frac{18965.60}{13.50 - 8.59} = 3867$$

Se deben vender 3867 conejos en el año para recuperar costos y gastos y empezar a generar utilidad.

El punto de equilibrio en dólares es 52203.

## 5.9 SENSIBILIZACIÓN DEL PROYECTO

### ➤ ESCENARIO 1 SI EL VOLÚMEN DE VENTAS SE INCREMENTA EN UN 15%

Si el volumen de ventas se incrementara en un 15% es necesario el incremento también de animales reproductores y por consiguiente en instalaciones y equipos, en el rubro correspondiente a las jaulas.

#### CUADRO No. 57

#### UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA. LTDA.

#### PREUSPUESTO DE INVERSIÓN

Al 01 de enero del 2011

DESCRIPCIÓN	CAPITAL PROPIO	CAPITAL FINANCIADO	VALOR TOTAL
<b>INVERSIONES FIJAS</b>			<b>\$USD 23954,05</b>
TERRENO	\$USD 10762,82		
OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA		\$USD 5692,73	
INSTALACIONES, Y EQUIPOS	\$USD 2138,50	\$USD 1995,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$USD 1995,00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$USD 1300,00		
EQUIPO DE OFICINA	\$USD 70,00		
<b>INVERSIONES VARIABLES</b>			<b>\$USD 7250,25</b>

CAPITAL DE TRABAJO	\$USD 7250,25		
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$USD 23516,57	\$USD 7687,73	\$USD 31204,30
PORCENTAJE	75%	25%	100%

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

En este caso la necesidad de financiamiento tendrá también un punto de incremento quedando el presupuesto inicial de la inversión como en el cuadro anterior.

➤ **CAPITAL DE TRABAJO**

**CUADRO No. 58**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**

**CAPITAL DE TRABAJO**

**Del 01 al 30 de abril del 2011**

DETALLE	VALOR \$USD
CAJA	500,00
MATERIA PRIMA	817,75
MANO DE OBRA	1360,30
GASTOS INDIRECTOS	1025,94
GASTOS DE VENTAS	160,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3386,25
<b>TOTAL</b>	<b>7250,25</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Al incrementarse los pies de cría sufre una variación el rubro de materia prima requerida y también los costos indirectos de fabricación por la necesidad de incrementar las unidades de etiquetas para la primera camada.

➤ **ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL**

**CUADRO No. 59**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL**  
**AL 01 DE ENERO DEL 2011**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
CAJA	\$USD 500,00	PRÉSTAMOS X PAGAR	\$USD 7682.73
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$USD 500,00</b>	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$USD 7682.73</b>
		<b>PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		CAPITAL SOCIAL	\$USD 17036.32
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$USD 1300	<b>TOTAL PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	<b>\$USD 16721,32</b>
EQUIPO DE OFICINA	\$USD 340		
MUEBLES Y ENSERES	\$USD 1995,00		
INSTALACIONES Y EQUIPOS	\$USD 4133.50		
EDIFICIO	\$USD		

	5692,73		
TERRENO	\$USD 10762,82		
<b>TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>\$USD 24224.05</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$USD 24724,05</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	<b>\$USD 24724.05</b>

\_\_\_\_\_  
**PRESIDENTE**

\_\_\_\_\_  
**GERENTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTADOR**

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

De acuerdo a lo que dispone la NIC 1 ya no se considera el rubro de inversión diferida, dicho valor se encuentra dentro de los gastos, ya que los activos intangibles deben reunir las características enunciadas en el marco teórico para ser considerados como tal, y los gastos de constitución no las cumplen.

➤ **PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS**

- **PROYECCIÓN DE VENTAS**

El cuadro de proyección de ventas quedaría de la siguiente manera:

**CUADRO No. 60**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015.**

<b>AÑO</b>	<b>U. DE CONEJO</b>	<b>PV (USD)</b>	<b>VENTAS PROYECTADAS</b>
2011	6440	13,50	86940,00
2012	9668	13,95	134825,79
2013	9571	14,41	137883,45
2014	9476	14,88	141013,21
2015	9382	15,37	144217,05

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

**- PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS**

Con el aumento de la producción se incrementa la necesidad de aumento de pies de cría y el costo de reemplazo de madres improductivas, el costo de vacunas y vitaminas para prevenir enfermedades de los conejos.

**CUADRO No. 61**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**REQUERIMIENTO DE ALIMENTO EN KG (MPD)**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015.**

<b>AÑOS</b>	<b>KG DE CARNE</b>	<b>KG ALIMENTO</b>	<b>COSTO POR KG (USD)</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
2011	15456	118393	0,39	45655,29
2012	23203	177737	0,40	70801,82
2013	22971	175962	0,41	72407,50
2014	22742	174207	0,43	74051,05
2015	22516	172473	0,44	75733,50

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 62**

<b>UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA. INCREMENTO Y REPOSICIÓN DE PIES DE CRIA DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>PIES DE CRÍA</b>	<b>PRECIO PIE DE CRÍA (\$USD)</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	146	4,5	
2	153	5,99	913,15
3	151	7,96	1202,36
4	150	10,59	1583,19
5	176	14,08	2478,17

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 63**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
PROYECCIÓN DE COSTOS DE VACUNA  
DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>PERIODO</b>	<b>COSTO/MILIGRAMO (USD)</b>	<b>GRAMOS</b>	<b>UNIDADES DE CONEJOS</b>	<b>TOTAL GRAMOS</b>	<b>TOTAL COSTO(USD)</b>
AÑO 1	0,0200	23,04	6440	148377,60	2967,55
AÑO2	0,0266	23,04	9668	222751,87	5925,20
AÑO 3	0,0275	23,04	9571	220526,21	6059,58
AÑO 4	0,0284	23,04	9476	218327,04	6197,12
AÑO 5	0,0293	23,04	9382	216154,37	6337,92

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

- **PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS**

La variación histórica del incremento de sueldos y salarios en el Ecuador es del 9.8%, la misma que se encuentra calculada de la siguiente manera:

**CUADRO No. 64**  
**DATOS HISTÓRICOS DE INCREMENTO DE SUELDOS**

\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
150,00	160,00	170,00	200,00	218,00	240,00	264,00

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Tabla sectorial**

M=Último valor de la serie  
histórica

C= primer valor de la serie  
histórica

i= tasa de crecimiento

n= cantidad de valores

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

$$264 = 150 (1+i)^{7-1}$$

$$\sqrt[6]{\frac{264}{150}} = 1 + i$$

$$i = \sqrt[6]{\frac{264}{150}} - 1$$

$$i = 0,098 \quad 9,800\%$$

**CUADRO No. 65****UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS MENSUALES PRIMER AÑO**

<b>CARGO</b>	<b>SBU</b>	<b>AP.PATRONAL(12,15)%</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>TOTAL</b>
GERENTE	340	41,31	28,33	22,00	431,64
CONTADOR	280	34,02	23,33	22,00	359,35
OPERARIO 1	264	32,08	22,00	22,00	340,08
OPERARIO 2	264	32,08	22,00	22,00	340,08
<b>TOTAL</b>	<b>1148</b>	<b>139,48</b>	<b>95,67</b>	<b>88,00</b>	<b>1471,15</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Tabla sectorial

**CUADRO No. 66****UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS ANUALES  
DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>CARGO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GERENTE	5179,72	6060,50	7064,17	8206,36	9504,57
CONTADOR	4312,24	5042,16	5873,72	6819,85	7895,01
OPERARIO 1	4080,91	4770,60	5556,27	6450,11	7465,79
OPERARIO 2	2720,61	3276,98	3916,28	4649,41	5488,61
<b>TOTAL</b>	<b>16293,48</b>	<b>19457,68</b>	<b>22700,32</b>	<b>26415,60</b>	<b>30353,98</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

Si se aumenta la producción se conservará el mismo personal de trabajo lo que sería favorable para el proyecto en caso de que esta situación se diera. Los fondos de reserva están considerados desde el segundo año.

➤ **PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

**CUADRO No. 67**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	<b>U.</b>	<b>REQ.</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Bandejas	U.	1	0,15	966,00	1450,21	1435,72	1421,40	1407,26
Fundas de empaque	U.	1	0,1	840,66	8598,91	8795,61	8996,81	9202,59
ETIQUETAS	U.	1	0,5	3220	4834,025	4785,725	4738,00	4690,85
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>								
AGUA	M <sup>3</sup>	26	0,37	115,44	108,61	112,20	115,90	119,73
LUZ	K W	200	0,081	194,40	200,82	207,44	214,29	221,36
UTILES DE ASEO		45 (\$)	45	540,00	557,82	576,23	595,24	614,89
DEPRECIACIÓN EQ E INST.				413,35	413,35	413,35	413,35	413,35
DEPRECIACIÓN OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA				284,64	335,18	335,18	335,18	335,18
VISITAS QUINCENALES VETERINARIO	1	26	20	520,00	714,42	567,69	762,35	787,51
<b>TOTAL</b>				<b>6289,85</b>	<b>16163,74</b>	<b>16326,27</b>	<b>16494,99</b>	<b>16670,02</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

Los costos indirectos de fabricación relacionados con el volumen de producción se incrementarían, como en el caso de empaques, etiquetas. Sin embargo es necesario recalcar que algunos gastos fijos como las visitas del veterinario no tendrían incidencia en el costo de producción.

➤ **PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

**CUADRO NO. 68**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**

**PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
MATERIA PRIMA	48622,84	77640,17	79669,44	81831,36	84549,59
MOD	4080,91	4770,60	5556,27	6450,11	7465,79
CIF	6289,85	16163,74	16326,27	16494,99	16670,02
TOTAL ANUAL	58993,60	98574,51	101551,98	104776,46	108685,40

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PROYECCIÓN DE GASTOS FINANCIEROS**

Se realizará un crédito de 7462.73 dólares para 48 meses de plazo, a una tasa del 20% anual para financiar la totalidad de la inversión. El crédito será tramitado en la Cooperativa San Antonio.

**MONTO: 7687.73**

**INTERES: 20% ANUAL**

**PLAZO: 48 MESES**

**DIVIDENDO = MONTO  $((i (1+i)^n / ((1+i)^n - 1))$**

**Cuota Fija = 233.94**

**CUADRO No. 69**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL + INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>SALDO</b>
1	233,94	105,81	128,13	7581,92
2	233,94	107,58	126,37	7474,34
3	233,94	109,37	124,57	7364,98
4	233,94	111,19	122,75	7253,78
5	233,94	113,04	120,90	7140,74
6	233,94	114,93	119,01	7025,81
7	233,94	116,84	117,10	6908,97
8	233,94	118,79	115,15	6790,18
9	233,94	120,77	113,17	6669,41
10	233,94	122,78	111,16	6546,62
11	233,94	124,83	109,11	6421,79
12	233,94	126,91	107,03	6294,88
13	233,94	129,03	104,91	6165,86
14	233,94	131,18	102,76	6034,68
15	233,94	133,36	100,58	5901,32
16	233,94	135,59	98,36	5765,73
17	233,94	137,84	96,10	5627,89
18	233,94	140,14	93,80	5487,75
19	233,94	142,48	91,46	5345,27
20	233,94	144,85	89,09	5200,42
21	233,94	147,27	86,67	5053,15
22	233,94	149,72	84,22	4903,43
23	233,94	152,22	81,72	4751,21
24	233,94	154,75	79,19	4596,46
25	233,94	157,33	76,61	4439,13
26	233,94	159,95	73,99	4279,17
27	233,94	162,62	71,32	4116,55

28	233,94	165,33	68,61	3951,22
29	233,94	168,09	65,85	3783,13
30	233,94	170,89	63,05	3612,24
31	233,94	173,74	60,20	3438,51
32	233,94	176,63	57,31	3261,87
33	233,94	179,58	54,36	3082,30
34	233,94	182,57	51,37	2899,73
35	233,94	185,61	48,33	2714,12
36	233,94	188,71	45,24	2525,41
37	233,94	191,85	42,09	2333,56
38	233,94	195,05	38,89	2138,52
39	233,94	198,30	35,64	1940,22
40	233,94	201,60	32,34	1738,61
41	233,94	204,96	28,98	1533,65
42	233,94	208,38	25,56	1325,27
43	233,94	211,85	22,09	1113,42
44	233,94	215,38	18,56	898,03
45	233,94	218,97	14,97	679,06
46	233,94	222,62	11,32	456,44
47	233,94	226,33	7,61	230,11
48	233,94	230,11	3,84	0,00

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

El Plazo y la tasa de financiamiento son muy accesibles para actividades productivas gracias al financiamiento externo que la Institución financiera tiene para colocar sus préstamos.

Al incrementarse la necesidad de financiamiento los gastos financieros se estimarían de la siguiente manera:

**CUADRO No. 70**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**GASTOS FINANCIEROS ANUALES**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>AÑO</b>	<b>GASTO INTERÉS</b>
1	1414,44
2	1108,86
3	736,24
4	281,87
5	0,00

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

➤ **PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

**CUADRO No. 71**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE  
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO  
Del 01 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015**

<b>RUBROS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
VENTAS	86940,00	134825,79	137883,45	141013,21	144217,05
(-)COSTO DE PRODUCCIÓN	\$USD 58993,60	\$USD 98574,51	\$USD 101551,98	\$USD 104776,46	\$USD 108685,40
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$USD 27946,40</b>	<b>\$USD 36251,28</b>	<b>\$USD 36331,47</b>	<b>\$USD 36236,74</b>	<b>\$USD 35531,64</b>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$USD 12628,90	\$USD 15311,53	\$USD 16879,18	\$USD 18635,55	\$USD 20542,51
GASTOS DE VENTAS	\$USD 1320,00	\$USD 867,97	\$USD 896,88	\$USD 926,74	\$USD 957,60
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$USD 13997,50</b>	<b>\$USD 20071,78</b>	<b>\$USD 18555,42</b>	<b>\$USD 16674,45</b>	<b>\$USD 14031,53</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$USD 1414,44	\$USD 1108,86	\$USD 736,24	\$USD 281,87	0,00
<b>(=)UTILIDAD NETA ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA.</b>	<b>\$USD 12583,06</b>	<b>\$USD 18962,92</b>	<b>\$USD 17819,18</b>	<b>\$USD 16392,58</b>	<b>\$USD 14031,53</b>
IMPUESTO A LA RENTA.	\$USD 3019,94	\$USD 4361,47	3920,22	3606,37	3086,94
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$USD 9563,13</b>	<b>\$USD 14601,45</b>	<b>\$USD 13898,96</b>	<b>\$USD 12786,21</b>	<b>\$USD 10944,59</b>

\_\_\_\_\_  
**PRESIDENTE**

\_\_\_\_\_  
**GERENTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTADOR**

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

Los valores de los Gastos de ventas se desprenden del Anexo Nro.16.

El 15% de Participación de trabajadores forma parte de los gastos administrativos de acuerdo a la NIIF 5, y el impuesto a la renta para el año 2011 el impuesto a la renta es el 24%, para el 2012 el 23% y en los períodos subsiguientes el 22% de acuerdo a lo que enuncia el CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO, E INVERSIONES, publicado en el registro oficial el 29 de Diciembre del 2010.

➤ **FLUJO DE CAJA**

**CUADRO No. 72**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>RUBROS</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>FUENTES DE INGRESO</b>						
INVERSION	(-)64945,25					
		\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
UTILIDAD NETA		9563,13	14601,45	13898,96	12786,21	10944,59
		\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
DEPRECIACIONES		1364,78	1364,78	1364,78	1364,78	1364,78
		\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>10927,90</b>	<b>15966,22</b>	<b>15263,74</b>	<b>14150,99</b>	<b>12309,37</b>
<b>EGRESOS DE FONDOS</b>						
		\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	
PAGO CAPITAL		1392,85	1698,43	2071,04	2525,41	0,00
		\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
<b>FLUJOS DE CAJA</b>		<b>9535,06</b>	<b>14267,80</b>	<b>13192,69</b>	<b>11625,58</b>	<b>12309,37</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

El método de depreciación a utilizarse es el de línea recta en concordancia con la Ley de régimen tributario interno.

- **EVALUACIÓN DEL VAN, TIR, BENEFICIO – COSTO.**
- **COSTO DE OPORTUNIDAD**

**CUADRO No. 73**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**COSTO DEL CAPITAL O TASA DE REDESCUENTO**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR NOMINAL</b>	<b>%</b>	<b>TASA DE PONDERACION</b>	<b>COSTO NETO</b>
PASIVO L/P (BANCARIOS O FINANCIEROS)	7687,73	25%	20,00%	25*20%= 5,00
CAPITAL SOCIAL (APORTADO)	23516,57	75%	4,96%	75*4,96%= 3,72
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>31204,30</b>	<b>100%</b>		<b>Ck 8,72</b>

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

La ponderación se realiza con la tasa activa del préstamo solicitado y la tasa pasiva máxima vigente del Banco Central del Ecuador.

- **TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

$$i = (1 + C_k) (1 + \text{Tendencia de la inflación}) - 1$$

$$i = (1 + 0,0857)(1 + 0,0432) - 1$$

$$i = 13,41\%$$

### 5.9.10.3 CÁLCULO DEL VAN O VALOR ACTUAL NETO.

**CUADRO No. 74**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES**

FLUJOS DE EFECTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	9535,06	14267,80	13192,69	11625,58	12309,37

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

$$VAN = -31204.30 + \frac{9535.06}{(1+0.134)^1} + \frac{14267.80}{(1+0.134)^2} + \frac{13192.69}{(1+0.134)^3} + \frac{11625.58}{(1+0.134)^4} + \frac{12309.37}{(1+0.134)^5}$$

$$VAN = - 31204,30 + 42126.88 = 10922.59$$

Se obtiene como resultado un VAN positivo lo que refleja que el proyecto es viable.

### - CÁLCULO DEL TIR O TASA INTERNA DE RETORNO

**FÓRMULA:**

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

$$\overline{EE} = \sum \frac{EE}{n}$$

$$\overline{EE} = \sum \frac{9535.06 + 14267.80 + 13192.69 + 11625.58 + 12309.37}{5}$$

$$\overline{EE} = 14885.77$$

$$\overline{EE} = -II + \sum \frac{\overline{EE}}{(1+R)^n}$$

$$0 = -31204.30 + 12186.10 \left( \frac{1}{1+r} \right)$$

$$X = 31204.30 / 12186.10 = 2.56$$

### **VAN CON EL 30% (TASA SUPERIOR)**

$$VAN = -31204.30 + \frac{9535.05}{(1+0.30)^1} + \frac{14267.80}{(1+0.30)^2} + \frac{13192.69}{(1+0.30)^3} + \frac{11625.58}{(1+0.30)^4} + \frac{12309.37}{(1+0.30)^5}$$

$$VAN = -31204.30 + 27026.36 = -4177.94$$

### **VAN CON EL 25% (TASA INFERIOR)**

$$VAN = -31204.30 + \frac{9535.05}{(1+0.25)^1} + \frac{14267.80}{(1+0.25)^2} + \frac{13192.69}{(1+0.25)^3} + \frac{11625.58}{(1+0.25)^4} + \frac{12309.37}{(1+0.25)^5}$$

$$VAN = -31204.30 + 32309.47 = 1105.17$$

### **TIR**

$$TIR = 25 + (30 - 25) \left( \frac{1105.17}{1105.17 - (-4177.94)} \right)$$

$$TIR = 26.05 \%$$

La tasa interna de retorno es más alta que la tasa de rendimiento medio lo que indica que el proyecto es viable.

➤ **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

**CUADRO No. 75**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**

**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**

**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>		<b>9535,06</b>	<b>14267,80</b>	<b>13192,69</b>	<b>11625,58</b>	<b>12309,37</b>
SUMATORIA TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	60930,49					
INVERSION INICIAL	31204,30					
	AÑOS					
	2	23802,86				
	9 meses	7401,44				
<b>CALCULO</b>						
	31204,30					
(-)	23802,86					
DIFERENCIA	7401,44					
	31204,30		2 AÑOS			
	7401,44		X=	0,47		
	5,7					

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Se espera recuperar la totalidad de la inversión en 2 años y nueve meses.

➤ **COSTO BENEFICIO**

$$BENEFICIO / COSTO = \frac{VANINGRESOS}{VANEGRESOS}$$

CUADRO No. 76

<b>VAN INGRESOS (PRESTAMOS Y PROVEEDORES)</b>			
<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>13,417%</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>
2010	7687,73	1,00	\$USD 7687,73
2011	86940,00	1,13	\$USD 76655,38
2012	134825,79	1,29	\$USD 104813,91
2013	137883,45	1,46	\$USD 94510,72
2014	141013,21	1,65	\$USD 85222,00
2015	144217,05	1,88	\$USD 76847,81
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>\$USD 445737,54</b>
	<b>INGRESOS VENTAS</b>		

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

CUADRO No. 77

**INVERSIÓN TOTAL**

<b>AÑO</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>13,42%</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>
2010	31204,30	1	\$USD 31204,30
2011	74356,94	1,13	\$USD 65560,83
2012	115862,87	1,29	\$USD 90072,09
2013	120064,27	1,46	\$USD 82296,76
2014	124620,62	1,65	\$USD 75315,06
2015	130185,52	1,88	\$USD 69370,94
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>\$USD 413819,98</b>

**COSTO TOTAL = COSTO DE VENTAS+G.ADMINISTRATIVOS Y VENTAS+GASTO FINANCIERO**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

BENEFICIO/COSTO = 445737.54 /413819.98

BENEFICIO / COSTO = 1.08

Por cada dólar de gasto se genera 1.08 de ingresos.

➤ **PUNTO DE EQUILIBRIO**

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

**CUADRO No. 78**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
INFORMACION GENERAL DEL PRIMER AÑO PROYECTADO**

<b>COSTO FIJO</b>	
DEPRECIACIÓN:	\$USD 1364,78
SUELDOS Y SALARIOS	\$USD 16293,48
SERVICIOS BÁSICOS	\$USD 309,84
ÚTILES DE ASEO	\$USD 540,00
PUBLICIDAD	\$USD 480,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$USD 18988,10</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
ALIMENTACIÓN	\$USD 45655,29
VITAMINAS	\$USD 2967,55
EMPAQUES	\$USD 1806,66
ETIQUETAS	\$USD 3220,00
GASTOS FINANCIEROS	\$USD 1414,44
<b>TOTAL</b>	<b>\$USD 55063,94</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$USD 74052,03</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

$$PE = \frac{18988.10}{13.50 - 9.83} = 5178$$

Se deben vender 5178 conejos en el año para recuperar costos y gastos y empezar a generar utilidad.

El punto de equilibrio en dólares es 69901.42

### **5.10 ESCENARIO 2: SI EL VOLUMEN DE VENTAS SE REDUCE EN UN 15%**

Si se invierte para la cantidad presupuestada de ventas pero estas se realizan en un 15% menos los resultados se reflejaran de la siguiente manera:

#### **CUADRO No. 79**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN  
Al 01 de enero del 2011.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CAPITAL PROPIO</b>	<b>CAPITAL FINANCIADO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>			<b>\$USD 23414,05</b>
TERRENO	\$USD 10447,82		
OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA INSTALACIONES, Y EQUIPOS	\$USD 2138,50	\$USD 5692,73 \$USD 1770,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$USD 1995,00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$USD 1300,00		
EQUIPO DE OFICINA	\$USD 70,00		
<b>INVERSIONES VARIABLES</b>			<b>\$USD 7155,32</b>
CAPITAL DE TRABAJO	\$USD 7155,32		
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$USD 23106,64</b>	<b>\$USD 7462,73</b>	<b>\$USD 30569,37</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

➤ CAPITAL DE TRABAJO

**CUADRO No. 80**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**CAPITAL DE TRABAJO**  
**Al 01 de enero del 2011.**

DETALLE	VALOR
CAJA	\$USD 500,00
MATERIA PRIMA	\$USD 730,33
MANO DE OBRA	\$USD 1360,30
GASTOS INDIRECTOS	\$USD 1018,44
GASTOS DE VENTAS	\$USD 160,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$USD 3386,25
<b>TOTAL</b>	\$USD <b>7155,32</b>

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

- ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

**CUADRO No. 81**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL**  
**AL 01 DE ENERO DEL 2011**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
CAJA	\$USD 500,00	PRÉSTAMOS X PAGAR	\$USD 7682.73
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$USD 500,00</b>	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$USD 7462.73</b>
		<b>PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		CAPITAL SOCIAL	\$USD 16721.32
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$USD 1300	<b>TOTAL PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	<b>\$USD 16721,32</b>
EQUIPO DE OFICINA	\$USD 340		
MUEBLES Y ENSERES	\$USD 1995,00		
INSTALACIONES Y EQUIPOS	\$USD 3908.50		
EDIFICIO	\$USD 5692,73		
TERRENO	\$USD 10447.82		

<b>TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>\$USD 23684.05</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$USD 24184.05</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO INSTITUCIONAL</b>	<b>\$USD 24184.05</b>

\_\_\_\_\_  
**PRESIDENTE**

\_\_\_\_\_  
**GERENTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTADOR**

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

De acuerdo a lo que dispone la NIC 1 ya no se considera el rubro de inversión diferida, dicho valor se encuentra dentro de los gastos, ya que los activos intangibles deben reunir las características enunciadas en el marco teórico para ser considerados como tal, y los gastos de constitución no las cumplen.

➤ **PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS**

- **PROYECCIÓN DE VENTAS**

El cuadro de proyección de ventas quedaría de la siguiente manera:

**CUADRO No. 82**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PROYECCIÓN DE VENTAS**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>AÑO</b>	<b>UNIDADES DE CONEJO</b>	<b>PV</b>	<b>VENTAS PROYECTADAS</b>
1	4760	13,50	64260,00
2	7146	13,95	99653,85
3	7075	14,41	101913,86
4	7004	14,88	104227,15
5	6934	15,37	106595,21

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

**- PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS**

**CUADRO No. 83**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**REQUERIMIENTO DE ALIMENTO EN KG (MPD)**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>AÑOS</b>	<b>KG DE CARNE</b>	<b>KG ALIMENTO</b>	<b>COSTO POR KG</b>	<b>TOTAL</b>
1	11424	87508	0,39	33745,21
2	17150	131371	0,40	52331,78
3	16979	130059	0,41	53518,59
4	16810	128762	0,43	54733,38
5	16642	127480	0,44	55976,93

**Elaborado por: La Autora**  
**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 84**

<b>UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA. INCREMENTO Y REPOSICION DE PIES DE CRIA DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>PIES DE CRIA</b>	<b>PRECIO PIE DE CRIA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	118	4,5	
2	113	5,99	674,94
3	112	7,96	888,70
4	111	10,59	1170,19
5	176	14,08	2478,17

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

**CUADRO No. 85**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
PROYECCION DE COSTOS DE VACUNA  
DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>AÑO</b>	<b>COSTO/MILIGRAMO</b>	<b>GRAMOS</b>	<b>UNIDADES DE CONEJOS</b>	<b>TOTAL GRAMOS</b>	<b>TOTAL COSTO \$USD</b>
2011	0,0200	23,04	4760	109670,40	2193,41
2012	0,0266	23,04	7146	164642,69	4379,50
2013	0,0275	23,04	7075	162997,63	4478,82
2014	0,0284	23,04	7004	161372,16	4580,48
2015	0,0293	23,04	6934	159766,27	4684,55

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

- **PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS**

La variación histórica del incremento de sueldos y salarios en el Ecuador es del 9.8%, la misma que se encuentra calculada de la siguiente manera:

**CUADRO No. 86**  
**DATOS HISTÓRICOS DE INCREMENTO DE SUELDOS**

\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
150,00	160,00	170,00	200,00	218,00	240,00	264,00

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Tabla sectorial**

M=último valor de la serie  
histórica

C= primer valor de la serie  
histórica

i= tasa de crecimiento

n= cantidad de valores

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

$$264 = 150 (1+i)^{7-1}$$

$$\sqrt[6]{\frac{264}{150}} = 1+i$$

$$i = \sqrt[6]{\frac{264}{150}} - 1$$

$$i = 0,098 \quad 9,800\%$$

**CUADRO No. 87**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
SUELDOS Y SALARIOS MENSUALES**

<b>CARGO</b>	<b>SBU</b>	<b>APORTE PATRONAL(12,15)%</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>TOTAL</b>
GERENTE	340	\$USD 41,31	\$USD 28,33	\$USD 22,00	\$USD 431,64
CONTADOR	280	\$USD 34,02	\$USD 23,33	\$USD 22,00	\$USD 359,35
OPERARIO 1	264	\$USD 32,08	\$USD 22,00	\$USD 22,00	\$USD 340,08
OPERARIO 2	264	\$USD 32,08	\$USD 22,00	\$USD 22,00	\$USD 340,08
<b>TOTAL</b>	<b>1148</b>	<b>\$USD 139,48</b>	<b>\$USD 95,67</b>	<b>\$USD 88,00</b>	<b>\$USD 1471,15</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Tabla sectorial**

**CUADRO No. 88**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
PROYECCION DE SUELDOS Y SALARIOS  
DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>CARGO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>GERENTE</b>	5179,72	6060,50	7064,17	8206,36	9504,57
<b>CONTADOR</b>	4312,24	5042,16	5873,72	6819,85	7895,01
<b>OPERARIO 1</b>	4080,91	4770,60	5556,27	6450,11	7465,79
<b>OPERARIO 2</b>	2720,61	3276,98	3916,28	4649,41	5488,61
<b>TOTAL</b>	<b>16293,48</b>	<b>19457,68</b>	<b>22700,32</b>	<b>26415,60</b>	<b>30353,98</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Si se aumenta la producción se conservará el mismo personal de trabajo lo que sería favorable para el proyecto en caso de que esta situación se diera.

➤ PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

**CUADRO No. 89**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

MATERIALES INDIRECTOS	U.	REQ.	COSTO UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BANDEJAS	U.	1	0,15	714,00	1071,89	1061,18	1050,60	1040,15
FUNDAS DE EMPAQUE	U.	1	0,1	840,66	8598,91	8795,61	8996,81	9202,59
ETIQUETAS	U.	1	0,5	2380	3572,975	3537,275	3502,00	3467,15
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>								
AGUA	M <sup>3</sup>	26	0,37	115,44	108,61	112,20	115,90	119,73
LUZ	KW	200	0,081	194,40	200,82	207,44	214,29	221,36
ÚTILES DE ASEO		45 (\$)	45	540,00	557,82	576,23	595,24	614,89
DEPRECIACIÓN EQ E INST.				390,85	390,85	390,85	390,85	390,85
DEPRECIACIÓN OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA				284,64	335,18	335,18	335,18	335,18
VISITAS QUINCENAL VETERINARIO	1	26	20	520,00	714,42	567,69	762,35	787,51
<b>TOTAL</b>				<b>5175,35</b>	<b>14501,88</b>	<b>14680,79</b>	<b>14865,69</b>	<b>15056,71</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación de campo

➤ **PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

**CUADRO NO. 90**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>MATERIA PRIMA</b>	35938,62	57386,21	58886,11	60484,05	63139,66
<b>MOD</b>	4080,91	4770,60	5556,27	6450,11	7465,79
<b>CIF</b>	5175,35	14501,88	14680,79	14865,69	15056,71
<b>TOTAL ANUAL</b>	45194,88	76658,69	79123,16	81799,85	85662,16

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

- **PROYECCIÓN DE GASTOS FINANCIEROS**

Se realizará un crédito de 7462.73 dólares para 48 meses de plazo, a una tasa del 20% anual para financiar la totalidad de la inversión. El crédito será tramitado en la Cooperativa San Antonio.

**MONTO: 7462.73**

**INTERES: 20% ANUAL**

**PLAZO: 48 MESES**

**DIVIDENDO = MONTO  $((i (1+i)^n / ((1+i)^n - 1))$**

**Cuota Fija = 227.09**

**CUADRO No. 91**  
**TABLA DE AMORTIZACION**

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL + INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>SALDO</b>
1	227,09	102,71	124,38	7360,02
2	227,09	104,43	122,67	7255,59
3	227,09	106,17	120,93	7149,42
4	227,09	107,94	119,16	7041,48
5	227,09	109,74	117,36	6931,75
6	227,09	111,56	115,53	6820,19
7	227,09	113,42	113,67	6706,76
8	227,09	115,31	111,78	6591,45
9	227,09	117,24	109,86	6474,21
10	227,09	119,19	107,90	6355,02
11	227,09	121,18	105,92	6233,84
12	227,09	123,20	103,90	6110,65
13	227,09	125,25	101,84	5985,40
14	227,09	127,34	99,76	5858,06
15	227,09	129,46	97,63	5728,60
16	227,09	131,62	95,48	5596,99
17	227,09	133,81	93,28	5463,18
18	227,09	136,04	91,05	5327,13
19	227,09	138,31	88,79	5188,83
20	227,09	140,61	86,48	5048,21
21	227,09	142,96	84,14	4905,26
22	227,09	145,34	81,75	4759,92
23	227,09	147,76	79,33	4612,16
24	227,09	150,22	76,87	4461,93
25	227,09	152,73	74,37	4309,20
26	227,09	155,27	71,82	4153,93
27	227,09	157,86	69,23	3996,07

28	227,09	160,49	66,60	3835,58
29	227,09	163,17	63,93	3672,41
30	227,09	165,89	61,21	3506,52
31	227,09	168,65	58,44	3337,87
32	227,09	171,46	55,63	3166,41
33	227,09	174,32	52,77	2992,09
34	227,09	177,23	49,87	2814,86
35	227,09	180,18	46,91	2634,68
36	227,09	183,18	43,91	2451,50
37	227,09	186,24	40,86	2265,27
38	227,09	189,34	37,75	2075,93
39	227,09	192,49	34,60	1883,43
40	227,09	195,70	31,39	1687,73
41	227,09	198,96	28,13	1488,76
42	227,09	202,28	24,81	1286,48
43	227,09	205,65	21,44	1080,83
44	227,09	209,08	18,01	871,75
45	227,09	212,56	14,53	659,19
46	227,09	216,11	10,99	443,08
47	227,09	219,71	7,38	223,37
48	227,09	223,37	3,72	0,00

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

El Plazo y la tasa de financiamiento son muy accesibles para actividades productivas gracias al financiamiento externo que la Institución financiera tiene para colocar sus préstamos.

Al incrementarse la necesidad de financiamiento los gastos financieros se estimarían de la siguiente manera:

**CUADRO No. 92**  
**GASTOS FINANCIEROS ANUALES**

<b>AÑO</b>	<b>GASTO INTERÉS</b>
	\$USD
2011	1373,04
	\$USD
2012	1076,41
	\$USD
2013	714,69
	\$USD
2014	273,62
2015	0,00

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

➤ PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO No. 93

UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015					
RUBROS	2011	2012	2013	2014	2015
	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD	\$USD
VENTAS	64260,00	99653,85	101913,86	104227,15	106595,21
(-)COSTO DE PRODUCCIÓN	\$USD 45194,88	\$USD 76658,69	\$USD 79123,16	\$USD 81799,85	\$USD 85662,16
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$USD 19065,12</b>	<b>\$USD 22995,16</b>	<b>\$USD 22790,69</b>	<b>\$USD 22427,30</b>	<b>\$USD 20933,05</b>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$USD 11296,71	\$USD 13323,11	\$USD 14848,06	\$USD 16564,13	\$USD 18352,72
GASTOS DE VENTAS	\$USD 1320,00	\$USD 867,97	\$USD 896,88	\$USD 926,74	\$USD 957,60
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$USD 6448,41</b>	<b>\$USD 8804,08</b>	<b>\$USD 7045,76</b>	<b>\$USD 4936,43</b>	<b>\$USD 1622,73</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$USD 1373,04	\$USD 1076,41	\$USD 714,69	\$USD 273,62	0,00
<b>(=)UTILIDAD NETA ANTES DEL IMP RTA.</b>	<b>\$USD 5075,37</b>	<b>\$USD 7727,67</b>	<b>\$USD 6331,07</b>	<b>\$USD 4662,81</b>	<b>\$USD 1622,73</b>
IMP. RTA.	\$USD 1218,09	\$USD 1777,36	\$USD 1392,84	\$USD 1025,82	\$USD 357,00
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$USD 3857,28</b>	<b>\$USD 5950,31</b>	<b>\$USD 4938,23</b>	<b>\$USD 3636,99</b>	<b>\$USD 1265,73</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación de campo

Los valores de los Gastos de ventas se desprenden del Anexo Nro.16.

➤ **FLUJO DE CAJA**

**CUADRO No. 94**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**

**FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN**

**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

<b>RUBROS</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>FUENTES DE INGRESO</b>						
INVERSIÓN	(-)64945,25					
UTILIDAD NETA		\$USD 3857,28	\$USD 5950,31	\$USD 4938,23	\$USD 3636,99	\$USD 1265,73
DEPRECIACIONES		\$USD 1342,28	\$USD 1342,28	\$USD 1342,28	\$USD 1342,28	\$USD 1342,28
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$USD 5199,56</b>	<b>\$USD 7292,58</b>	<b>\$USD 6280,51</b>	<b>\$USD 4979,27</b>	<b>\$USD 2608,00</b>
<b>EGRESOS DE FONDOS</b>						
PAGO CAPITAL		\$USD 1352,08	\$USD 1648,72	\$USD 2010,43	\$USD 2451,50	0,00
<b>FLUJOS DE CAJA</b>		<b>\$USD 3847,47</b>	<b>\$USD 5643,87</b>	<b>\$USD 4270,08</b>	<b>\$USD 2527,77</b>	<b>\$USD 2608,00</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

El método de depreciación a utilizarse es el de línea recta en concordancia con la Ley de régimen tributario interno.

➤ **EVALUACIÓN DEL VAN, TIR, BENEFICIO – COSTO.**

**CUADRO No. 95**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**

**COSTO DEL CAPITAL O TASA DE REDESCUENTO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR NOMINAL</b>	<b>%</b>	<b>TASA DE PONDERACIÓN</b>	<b>COSTO NETO</b>
PASIVO L/P (BANCARIOS O FINANCIEROS)	7462,73	24%	20,00%	24*20%= 4,80
CAPITAL SOCIAL (APORTADO)	23106,64	76%	4,96%	76*4,96% = 3,77
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>30569,37</b>	<b>100%</b>		<b>Ck 8,57</b>

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

La ponderación se realiza con la tasa activa del préstamo solicitado y la tasa pasiva máxima vigente del Banco Central del Ecuador.

**- TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

$$i = (1 + Ck) (1 + \text{Tendencia de la inflación}) - 1$$

$$i = (1 + 0,0857)(1 + 0,0432) - 1$$

$$i = 13,25\%$$

**- CÁLCULO DEL VAN O VALOR ACTUAL NETO.**

**CUADRO No. 96**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**

**FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES**

<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	3847,47	5643,87	4270,08	2527,77	2608,00

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

$$VAN = -30569.37 + \frac{3847.47}{(1+0.1325)^1} + \frac{5643.87}{(1+0.1325)^2} + \frac{4270.08}{(1+0.1325)^3} + \frac{2527.77}{(1+0.1325)^4} + \frac{2608}{(1+0.1325)^5}$$

$$VAN = -30569.37 + 13671.32 = -16898.05$$

Se obtiene como resultado un VAN negativo lo que refleja que la inversión del proyecto con este volumen de ventas no permitirá recuperar la inversión en cinco años.

## - CÁLCULO DEL TIR O TASA INTERNA DE RETORNO

### FÓRMULA:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

$$\overline{EE} = \sum \frac{EE}{n}$$

$$\overline{EE} = \sum \frac{3847.47 + 5643.87 + 4270.08 + 2527.77 + 2608}{5}$$

$$\overline{EE} = -II + \sum \frac{\overline{EE}}{(1+R)^n} \quad \left( \frac{1}{1+r} \right)$$

$$= -30569.37 + 3779.44 X$$

$$X = 30569.37 / 3779.44 = 8.09$$

### VAN CON EL 4% (TASA SUPERIOR)

$$VAN = -30569.37 + \frac{3847.47}{(1+0.04)^1} + \frac{5643.87}{(1+0.04)^2} + \frac{4270.08}{(1+0.04)^3} + \frac{2527.77}{(1+0.04)^4} + \frac{2608}{(1+0.04)^5}$$

$$VAN = - 30569.37 + 17017.98 = -13551.39$$

### **VAN CON EL 2% (TASA INFERIOR)**

$$VAN = -30569.37 + \frac{3847.47}{(1+0.02)^1} + \frac{5643.87}{(1+0.02)^2} + \frac{4270.08}{(1+0.02)^3} + \frac{2527.77}{(1+0.02)^4} + \frac{2608}{(1+0.02)^5}$$

$$VAN = - 30569.37 + 17917.95 = 12651.43$$

### **TIR**

$$TIR = 2 - (4 - 2) \left( \frac{-12651.43}{-12651.43 - (-13551.39)} \right)$$

$$TIR = -11.06 \%$$

La tasa interna de retorno en este caso sería más baja que la tasa de rendimiento medio lo que indica que el proyecto en estas condiciones no sería viable.

➤ **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

**CUADRO No. 97**  
**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.**  
**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**  
**DEL 01 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>		<b>3847,47</b>	<b>5643,87</b>	<b>4270,08</b>	<b>2527,77</b>	<b>2608,00</b>
SUMATORIA TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	18897,19					
INVERSION INICIAL	30569,37					
	AÑOS					
	5	18897,19				
		11672,18				
<b>CALCULO</b>						
	30569,37					
(-)	18897,19					
<b>DIFERENCIA</b>	<b>11672,18</b>					
	18897,19	5	AÑOS			
	11672,18	X=		3,09		
	37,1					

LA INVERSIÓN EN ESTAS CONDICIONES SE RECUPERARÍA EN 8 AÑOS 1 MES.

**Elaborado por: La Autora**

**Fuente: Investigación de campo**

Se espera recuperar la totalidad de la inversión en 3 años y dos meses.

➤ **COSTO BENEFICIO**

$$BENEFICIO / COSTO = \frac{VANINGRESOS}{VANEGRESOS}$$

CUADRO No. 98

<b>VAN INGRESOS (PRESTAMOS Y PROVEEDORES)</b>			
<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>13,260%</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>
2010	7462,73	1,00	7462,73
2011	64260,00	1,13	56736,81
2012	99653,85	1,28	77685,94
2013	101913,86	1,45	70146,46
2014	104227,15	1,65	63339,93
2015	106595,21	1,86	57195,07
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>332566,95</b>
	<b>INGRESOS VENTAS</b>		

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

CUADRO No. 99

**VAN EGRESOS (INVERSIÓN Y GASTOS)**

**INVERSIÓN TOTAL**

<b>AÑO</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>13,26%</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>
2010	30569,37	1	30569,37
2011	59184,63	1,13	52255,64
2012	91926,18	1,28	71661,78
2013	95582,79	1,45	65788,84
2014	99564,34	1,65	60506,30
2015	104972,48	1,86	56324,38
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>337106,30</b>

**COSTO TOTAL = COSTO DE VENTAS+G.ADMINISTRATIVOS Y VENTAS+GASTO FINANCIERO**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

BENEFICIO/COSTO = 332566.95 /337106.30

BENEFICIO / COSTO = 0.99

Por cada dólar de gasto gana 0.99 centavos.

➤ **PUNTO DE EQUILIBRIO**

**CUADRO No. 100**

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA LTDA.  
PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES PRIMER AÑO**

<b>COSTO FIJO</b>	
DEPRECIACIÓN:	1342,28
SUELDOS Y SALARIOS	16293,48
SERVICIOS BÁSICOS	309,84
ÚTILES DE ASEO	540,00
PUBLICIDAD	480,00
AMORTIZACIONES	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>18965,60</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
ALIMENTACIÓN	33745,21
VITAMINAS	2193,41
EMPAQUES	1554,66
ETIQUETAS	2380,00
GASTOS FINANCIEROS	1373,04
<b>TOTAL</b>	<b>41246,32</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60211,92</b>

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de campo

$$PE = \frac{18965.60}{13.50 - 7.36} = 3092$$

Se deben vender 3092 conejos en el año para recuperar costos y gastos y empezar a generar utilidad.

El punto de equilibrio en dólares es 41736

## **5.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO**

Del análisis del estudio económico se ha podido obtener los siguientes resultados:

- La inversión necesaria es de 30569.37, de los cuales el 76% representa capital propio de la empresa y el 24% requerirá de financiamiento externo.
- La tasa de rendimiento medio calculada es 13.25% y la tasa interna de retorno es el 24.72%.
- El Van es positivo con un valor de 10602.63.
- El costo beneficio es 1.08.
- El período de recuperación de la inversión es de dos años con 11 meses.
- El Punto de equilibrio en unidades es 3867 y en dólares 52203.51.
- La venta presupuestada se estima que serán de 75600
- Si el volumen de ventas se incrementara se necesita invertir más en animales reproductores, jaulas, alimentación y se eleva el costo de reposición así que si bien la tasa interna de retorno se incrementa, el Costo beneficio se mantiene, lo que implica más esfuerzo e inversión con poca variación en el ingreso.
- En caso de que las ventas se redujeran un 15% en su volumen existiría utilidad, pero estas no serían suficientes para recuperar a inversión a corto plazo.
- Se puede concluir que el proyecto es rentable en los dos escenarios pero es conveniente aplicar el presupuesto planteado inicialmente para alcanzar la recuperación de la inversión en un plazo conveniente y con razonables índices de rentabilidad.

## CAPÍTULO VI

### ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Para que una empresa sea exitosa en el desarrollo de sus actividades es de vital importancia, que esta se encuentre correctamente organizada desde el principio, de manera que todo el personal que la integra tenga una meta conjunta hacia la cual como equipo debe llegar, por ello es necesario desarrollar los siguientes aspectos;

#### 6.1 ESTRUCTURA ESTRATÉGICA

##### ➤ NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

La Microempresa que se va a constituir se denominará **“UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA. LTDA.”**, con domicilio en el Barrio Santa Rosa del Tejar de la ciudad de Ibarra.

La marca representante es **“El Conejo Granjero”**, con la que se introducirá el producto en el mercado.

##### ➤ IMPORTANCIA DE LA EMPRESA

El desarrollo de una actividad productiva de tipo cunícola es importante para el desarrollo del entorno socio – económico de la ciudad de Ibarra en donde la participación de las actividades de producción de ganado menor no es tan representativa.

La implantación de una empresa de este tipo resulta una alternativa diferente de producción que junto con la obtención de réditos económicos para sus impulsores, brinda a la sociedad un producto sano, de calidad, a precios accesibles.

##### ➤ BENEFICIARIOS DE LA EMPRESA

Se considera como principales beneficiarios de la creación de La Unidad Productiva Cunícola del Norte a los inversionistas quienes mediante el

crecimiento de la empresa lograrán la recuperación del capital invertido, y a la vez obtendrán réditos económicos gracias a los excedentes generados.

La creación de la empresa resultará también beneficiosa para las personas que accederán a las plazas de trabajo generadas, es decir: Gerente, Contador, Operarios y veterinario, este último se beneficiará mediante la prestación de sus honorarios profesionales.

La Unidad Productiva intentará ser también un aporte para la economía de la zona de Santa Rosa del Tejar, al convertirse en cliente consumidor de los alfalfares del lugar y al proporcionarles el abono orgánico resultante del proceso de producción.

Finalmente cabe recalcar que el objetivo de toda empresa es lograr la satisfacción de sus consumidores, y en este caso se intentará cubrir una de las necesidades básicas del ser humano; la alimentación. La sociedad consumidora se beneficiará en su calidad de vida gracias a la ingesta de un producto sano, de calidad, y nutritivo que contribuya a la preservación de su salud mediante la prevención de enfermedades de tipo cardiovascular.

## **6.2 FILOSOFÍA DE LA MICROEMPRESA**

Es el direccionamiento planificado de la organización, donde se refleja estratégicamente sus objetivos y metas prospectivamente, nuestro eslogan será, **“NUTRICIÓN, CALIDAD Y SABOR PARA UNA CALIDAD DE VIDA MEJOR”**

### **➤ MISIÓN**

Producir y comercializar carne de conejo de calidad, que satisfaga las necesidades y exigencias del consumidor mediante la entrega de un producto sano y nutritivo, con aplicación de adecuados procesos de producción y brindando siempre la mejor atención al cliente.

## ➤ **VISIÓN**

Ser en un período de cinco años una unidad productiva que proporciona un producto cárnico de calidad, que proporcione satisfacción y nutrición al consumidor ibarreño, contribuyendo a la explotación de animales menores como el conejo, con procesos adecuados, que permitan convertir a la microempresa en una fuente de generación de ingresos tanto para sus inversionistas, como para sus colaboradores.

## ➤ **OBJETIVOS MICROEMPRESARIALES**

- Implementar un esquema competitivo de producción de ganado menor, a nivel local, que permita procesos adecuados desde la crianza hasta la comercialización de carne de conejo.
- Conquistar ampliamente el mercado, logrando que el producto forme parte de la alimentación de la población ibarreña, convirtiéndose en un negocio que mantenga óptimos índices de rentabilidad a través del tiempo.
- Apoyar al desarrollo económico y social de la ciudad de Ibarra, al ser una unidad productiva exitosa que sea referente para la creación de otras microempresas relacionadas con los subproductos, fomentando el desarrollo de la competitividad y la iniciativa de otras personas emprendedoras.

## ➤ **POLÍTICAS**

- El peso adecuado para el sacrificio de los conejos en la Unidad Productiva será de 2.4 kg.
- Los pedidos se receptorán con dos días de anticipación para evitar entregas del producto inoportunas.
- Se pedirá el 25% de cancelación del producto al momento de realizar el primer pedido y la diferencia 8 días después en el siguiente pedido.

- Se comprará la cantidad requerida de alfalfa diariamente, para brindarle al conejo alimento fresco y nutritivo. Los balanceados se compraran cuando haya pocas reservas, en bodega para evitar desabastecimiento.
- El producto se venderá congelado, en unidades de conejos, para nuestros clientes de asaderos, y en diferentes porciones para los supermercados.

## **PRINCIPIOS Y VALORES**

### **➤ PRINCIPIOS**

#### **- ADECUADA PRESENTACIÓN E HIGIENE**

El orden y el aseo son fundamentales en la conservación de una adecuada imagen institucional, especialmente cuando de productos alimenticios se trata. Por tal razón el personal colaborador de la microempresa trabajará por preservar la higiene en cada una de las etapas de producción especialmente en el proceso de empaquetado.

#### **- OPORTUNA ENTREGA DE PEDIDOS**

Los pedidos se entregarán en los plazos previamente convenidos con el cliente con absoluta puntualidad demostrando así la seriedad y el compromiso de la microempresa, en todas sus actividades.

#### **- CORDIALIDAD Y BUEN SERVICIO**

Los integrantes de la empresa tratarán a los clientes con mucho respeto y cultura, esmerándose por brindar solución a todas sus inquietudes, sin perder de vista el hecho de que el cliente es la persona más importante para la empresa. Competir con calidad y buen servicio, generará clientes satisfechos que trabajarán a futuro con nosotros.

#### **- INNOVACIÓN Y MEJORAMIENTO CONTINUO**

La empresa estará pendiente siempre de los cambios en el mercado y las exigencias del consumidor, para desarrollar ideas innovadoras en el futuro

que generen una mejor producción brindando con el producto más satisfacción para nuestros clientes.

➤ **VALORES**

- **RESPONSABILIDAD**

La empresa trabajará con un amplio sentido de compromiso, el mismo que será demostrado mediante el cumplimiento de lo pactado en todo lo referente a fechas de despacho, precio del producto, pago a proveedores y empleados, creando un clima favorable para el desarrollo del negocio.

- **ÉTICA**

Todos los integrantes de la microempresa trabajarán siempre con disciplina, responsabilidad y calidad moral demostrando honestidad en todas sus actividades entre compañeros y también con el cliente.

- **EFICACIA Y EFICIENCIA**

La empresa demostrará en cada una de sus actividades y procesos su capacidad para lograr en el tiempo oportuno, el efecto que se espera en la producción, que en este caso es la obtención de carne de conejo de calidad, ganando con ello el prestigio y reconocimiento del consumidor, gracias a una labor correctamente desarrollada.

- **HONRADEZ**

Los empleados de la microempresa actuarán siempre con integridad y rectitud, en todas sus actividades tanto internas como externas, preservando siempre la imagen institucional.

- **HONESTIDAD**

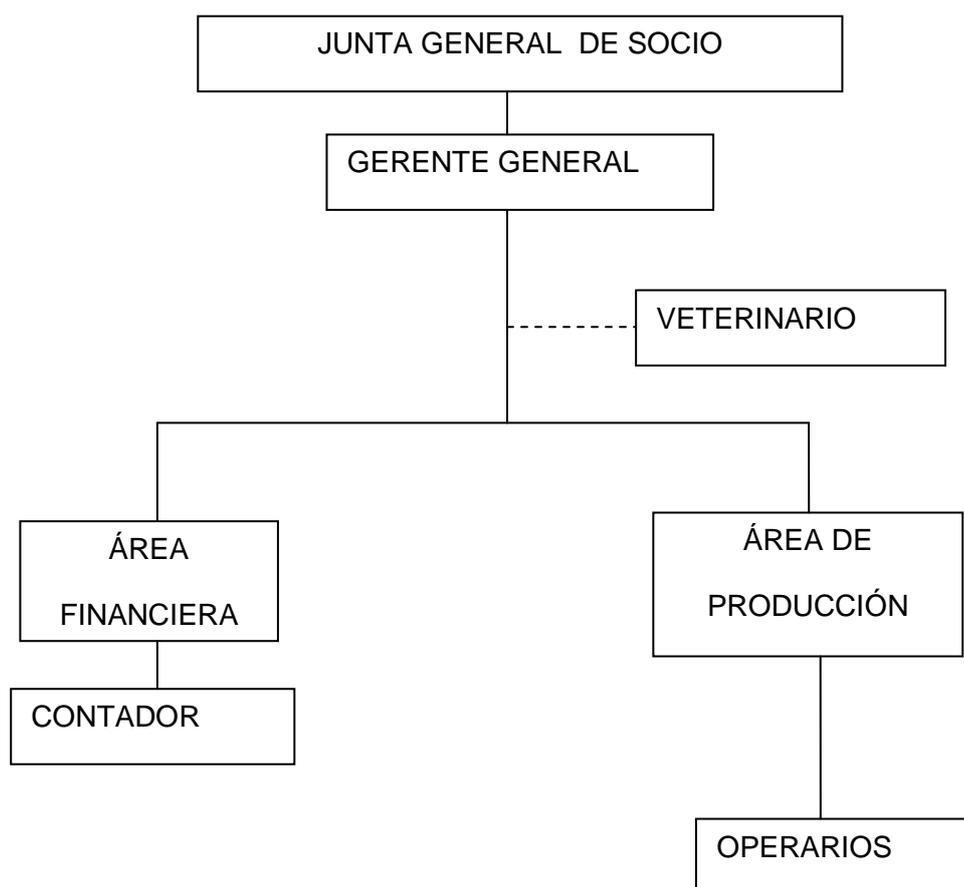
La promoción y comercialización del producto siempre será reflejada con absoluta transparencia, resaltando siempre sus verdaderas cualidades, pero evitando la tendencia a exageraciones que el consumidor erróneamente pueda percibir como un engaño.

### 6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### ➤ ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO No. 30

#### UNIDAD DE PRODUCCIÓN CUNÍCOLA DEL NORTE CÍA. LTDA.



Elaborado por: La Autora

### 6.4 NIVELES ADMINISTRATIVOS

#### ➤ NIVEL LEGISLATIVO

El nivel legislativo estará representado por la Junta General de Socios que en este caso está conformado por tres personas, quienes han decidido conformar una empresa de Responsabilidad Limitada.

➤ **NIVEL DIRECTIVO**

Está representado por la Gerencia General.

➤ **NIVEL ASESOR**

Se contará con la asesoría de un veterinario, quien realiza visitas periódicas y se le cancela sus servicios por honorarios.

➤ **NIVEL AUXILIAR**

Está representado por el departamento de Contabilidad.

➤ **NIVEL OPERATIVO**

Está representado por el área productiva u operarios.

## **6.5 IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES**

➤ **JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

La Junta General de socios se desempeñará en la empresa de la siguiente manera:

- Nombrará al Gerente o lo separará de su cargo siempre que haya causas justificadas para ello.
- Conocerá los informes financieros de la empresa.
- Autorizará a Gerencia la toma de decisiones de suma importancia para la empresa, que se salgan de su potestad.

➤ **GERENTE GENERAL**

Es la persona encargada de dirigir las actividades de la empresa, de controlar el cumplimiento de políticas, resoluciones, y normativa vigente, tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Representar legal y judicialmente a la empresa.

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la Ley de compañías y las otras inherentes a las actividades de la empresa.
- Precautelar los bienes de la empresa.
- Fijar políticas administrativas.
- Seleccionar el personal de la empresa o removerlo de ser necesario.
- Supervisar y controlar el proceso de producción.
- Establecer relaciones comerciales, y pactar convenios con los clientes de la empresa para posteriormente proceder al despacho de la mercadería.
- Comprobar la veracidad, legalidad y exactitud de los informes financieros y contables.
- Diseñar estrategias de control interno en los procesos.
- Autorizar el despacho de productos.
- Diseñar un sistema de evaluación de las metas de la empresa y control del alcance de las mismas.
- Evaluar el desempeño del personal.
- Las demás que le confiere la ley y las que le asigne la Junta General de socios.

➤ **PERFIL DEL CARGO:**

- Ingeniero Comercial, u otros afines.
- Conocimientos generales de crianza de animales menores.
- Conocimientos de leyes inherentes a las actividades de la empresa.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Conocimientos de computación.

➤ **CONTADOR GENERAL**

Tendrá bajo su responsabilidad el correcto registro contable de las actividades de la empresa, mediante la aplicación de un sistema de Contabilidad de costos y consecuentemente la elaboración y presentación oportuna de los Estados Financieros. Además se encargará de la secretaría de la empresa. Bajo su responsabilidad estará el desarrollo de las siguientes funciones:

- Diseñar normas y procedimientos contables y verificar su cumplimiento.
- Registrar ordenada y sistemáticamente las transacciones contables, manteniendo la información al día, proponiendo siempre alternativas para mantener el control interno.
- Elaborar roles de pagos, declaraciones de impuestos, pago de planillas del seguro, y control del cumplimiento de las diferentes obligaciones de la empresa.
- Llevar los registros contables con la respectiva documentación de soporte para las transacciones.
- Elaborar Estados Financieros.
- Validar la información contable con su firma.
- Elaborar los Estados Financieros de acuerdo a las normas y leyes vigentes.
- Analizar y preparar oportunamente informes sobre la situación económica y financiera de la empresa.

➤ **PERFIL DEL CARGO:**

- Profesional en Contabilidad Superior y Auditoría
- Experiencia en actividades similares.
- Conocimiento de normas contables y leyes inherente a las actividades de la empresa.
- Manejo de paquetes informáticos.
- Perfecto dominio de aspectos tributarios.

➤ **VETERINARIO**

El veterinario será la persona encargada de brindar servicios de consulta médico-veterinaria, atendiendo, examinando y controlando los animales de la empresa, a fin de apoyar las actividades productivas y la calidad del producto.

➤ **FUNCIONES:**

- Planificar, coordinar y ejecutar programas de saneamiento animal.
- Realizar diagnósticos y control de los animales.
- Realizar y analizar exámenes de laboratorio.
- Aplicar tratamientos a los animales.
- Brindar apoyo técnico en el área de su competencia.
- Inspeccionar y supervisar las actividades de mantenimiento.
- Dictar charlas y conferencias al área de producción.
- Participar en la elaboración del presupuesto de la unidad.
- Controlar los programas de alimentación, reproducción y ambientación de animales.
- Participar en la elaboración de normas y procedimientos de producción y control de calidad de productos y derivados animales.
- Examinar, diagnosticar y prestar tratamiento médico veterinario en casos de enfermedades infecto contagiosas, parasitarias y orgánicas.

➤ **PERFIL DEL CARGO:**

- Médico veterinario titulado
- Dos (2) años de experiencia en el tratamiento de ganado menor.

➤ **OPERARIOS DE PRODUCCIÓN:**

Es responsabilidad del área de producción el desarrollo de las siguientes funciones.

- Ejecutar la planificación de la producción para concretar los compromisos adquiridos con los clientes.

- Controlar el adecuado suministro de alimentación y agua para los animales.
- Informar oportunamente a contabilidad la necesidad de adquirir insumos y materiales para el desarrollo normal de las actividades.
- Manifestar las sugerencias que consideren adecuadas para el mejoramiento de los procesos y la producción.
- Notificar inmediatamente cualquier anomalía detectada en su área de trabajo.

➤ **PERFIL DEL CARGO:**

- Experiencia en actividades similares.
- Conocimiento de la rama cunícola

## **6.6 MARCO LEGAL DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA**

➤ **FIGURA JURÍDICA DE LA MICROEMPRESA**

La empresa a constituirse es de responsabilidad limitada de acuerdo a lo que expresa la Ley de Compañías en su art. 92, pues se contraerá entre tres personas, que solamente responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y realizarán sus actividades comerciales bajo una razón social o denominación objetiva.

➤ **TIPO DE EMPRESA**

La empresa a implementarse será de tipo industrial ya que se encargará de transformar la materia prima es decir el ganado cunícola en forma parcial hasta obtener un producto terminado que será carne de conejo, y la ofrecerá al público, para que sea preparada en los hogares de los consumidores finales y también servirá como materia prima para asaderos y restaurantes.

➤ **OBJETO SOCIAL**

La empresa está dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo.

➤ **SECTOR ECONÓMICO**

La empresa pertenecerá al sector ganadero y se sujetará a todas las leyes, reglamentos y normativa legal relacionada con dicha actividad.

➤ **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

La Unidad de Producción Cunícola del Norte Cía. Ltda., poseerá los documentos pertinentes para la conformación de la empresa dentro del marco legal adecuado, para ellos se procederá a la obtención de: el RUC, Permiso Sanitario de funcionamiento y Patente Municipal.

➤ **REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RUC**

Los requisitos para obtener el RUC son:

Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de compañías.

✓ **IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL Y GERENTE GENERAL:**

**Ecuatorianos:** copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.

\* **Extranjeros residentes:** copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.

\* **Extranjeros no residentes:** copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.

#### ➤ **PATENTE MUNICIPAL**

Se debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes que se inician las actividades, y los requisitos son:

- Último pago del impuesto predial del lugar de ubicación de la Unidad Productiva.
- Copia del RUC
- Copias de Cédula y Certificado de votación del Representante Legal.
- Certificado de no adeudar al Municipio
- Solicitud (formulario) relleno por el solicitante

#### ➤ **PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO.**

Los requisitos para obtener el permiso sanitario de funcionamiento son:

- Original y copia de Cédula y certificado de votación del representante Legal
- Dos fotografías tamaño carnet del representante legal.
- Examen médico
- Solicitud de Permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos sanitarios

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

Todo proyecto trae consigo varias consecuencias favorables o desfavorables que inciden en el desarrollo del entorno y son importantes de analizar tanto cualitativa como cuantitativamente.

Para el análisis de impactos del presente proyecto los aspectos más relevantes a considerar son:

- Impactos directos ocasionados por las actividades planificadas del proyecto.
- Impactos indirectos relacionados con el análisis de causa y efecto.
- Impactos acumulativos, es decir el análisis de las actividades del proyecto en interacción con otras.
- Impactos residuales, son los rezagos que quedan a pesar de haber realizado actividades de mitigación.

El método de análisis a utilizar consistirá en determinar el ámbito o área de influencia y un nivel de impactos o escala. Posteriormente se construirá una matriz para cada ámbito con sus respectivos indicadores y nivel de impactos, al final se procede a sumar y dividir para el número de indicadores de cada área seleccionada.

En cada una de las matrices se realizará el correspondiente análisis, de la razón para la asignación del nivel en cada uno de los indicadores.

Finalmente se realizará una matriz global en que se ubicará los ámbitos seleccionados y el promedio del análisis individual, determinando el nivel de impacto general que tiene el proyecto.

Los ámbitos seleccionados para el presente proyecto son: Socio – económico, comercial, educativo – cultural, salud, y ambiente y serán evaluados de acuerdo a la siguiente escala:

**CUADRO No. 101**  
**NIVELES DE IMPACTOS**

<b>VALORACIÓN CUALITATIVA</b>	<b>VALORACIÓN CUANTITATIVA</b>
ALTO POSITIVO	3
MEDIO POSITIVO	2
BAJO POSITIVO	1
INDIFERENTE	0
BAJO NEGATIVO	-1
MEDIO NEGATIVO	-2
ALTO NEGATIVO	-3

Elaborado por: La Autora

### 7.1 IMPACTO SOCIO - ECONÓMICO

**CUADRO No. 102**  
**MATRIZ IMPACTO SOCIO ECONOMICO**

<b>NIVEL / IMPACTO</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>INDICADOR</b>							
Calidad de vida						x	
Demanda de mano de obra						x	
Generación de ingresos en el mercado local.							x
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

Elaborado por: La Autora

Nivel de impacto socio – económico:  $7 / 3 = 2.33$  medio positivo.

➤ **ANÁLISIS DE INDICADORES SOCIO ECONOMICOS**

- La unidad productiva mejorará la calidad de vida de las familias del sector ya que al ser proveedoras de la materia prima que es la alfalfa, aumentarán sus ingresos al tener una empresa compradora fija, de esta manera las amas de casa no tendrán la necesidad de salir a buscar otros trabajos fuera de sus hogares en la zona de Santa Rosa del Tejar, y podrán estar más pendientes del cuidado de sus hijos.
  
- La unidad productiva generará empleo tanto para puestos administrativos como operarios, adicionalmente al ser un producto que se utilizará como materia prima para asaderos y supermercados, también permitirá la generación de empleo en los negocios de nuestros intermediarios.
  
- Para que un país progrese económicamente es necesario el incremento de la producción especialmente de recursos que no han sido aprovechados de acuerdo al potencial que tienen en el mercado. La rama cunícola con una adecuada explotación contribuirá al mejoramiento de la producción local de la carne en este momento y a futuro de otros subproductos del mismo grupo, generando ingresos para todos quienes participen directa e indirectamente en su proceso de mercado.

## 7.2 IMPACTO COMERCIAL

**CUDRO No. 103**  
**MATRIZ IMPACTO COMERCIAL**

NIVEL / IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Diseño e introducción de nuevos productos							x
Servicio y atención al cliente							x
Precios de competencia						x	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

**Elaborado por: La Autora**

Nivel de impacto comercial:  $8 / 3 = 2.66$ ; medio positivo

### ➤ ANÁLISIS DE INDICADORES COMERCIALES

- El producto a implementarse es muy novedoso ya que en la localidad se vende conejo en pie para el faenamiento y también se vende conejo ya preparado en platillos, pero no se vende carne de conejo como materia prima para salones o como ingrediente para la cocina del hogar. La carne de conejo puede dar paso a nuevos tipos de industrias en el futuro tales como la comercialización de pieles y patas o la elaboración de otros productos derivados de la carne de conejo como embutidos, por tal razón tiene un nivel de impacto alto.
- Una de las principales herramientas para competir en el mercado va a ser brindar excelente atención al cliente y está no solo consistirá en un buen trato, sino también en la difusión de la información del producto de la

manera más clara y comprensible posible, receptando siempre sugerencias de mejoramiento provenientes del consumidor.

- La comercialización de carne de conejo a precios competitivos y acordes con su calidad, les permitirá a nuestros clientes mejorar también su margen de ganancias y el ahorro del proceso de faenamiento para el caso de los salones, mejorando la comercialización para todas las personas inmersas en el negocio.

### 7.3 IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

**CUADRO No. 104  
MATRIZ IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL**

<b>NIVEL / IMPACTO</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>INDICADOR</b>							
Generación de conocimientos nutricionales							x
Alternativas culinarias							x
Diferenciación del mascotismo							x
<b>TOTAL</b>							<b>3</b>

**Elaborado por: La Autora**

Nivel de impacto educativo - cultural:  $9 / 3 = 3$ ; alto positivo.

#### ➤ **ANÁLISIS DE INDICADORES EDUCATIVO – CULTURAL**

- Para generar demanda en el consumidor final la base de todo es la generación de conocimientos en la población de los beneficios nutricionales, posibles preparaciones y cuidado de la salud, mediante el

consumo de carne de conejo, como un producto cuyas propiedades no han sido ampliamente difundidas.

- En la etapa de promoción del producto se difundirá diferentes formas de preparación de carne de conejo la misma que puede ser asimilada por los interesados en el arte culinario, y brindar a la sociedad nuevas alternativas de alimentación, diferentes a las conocidas.
- Con la difusión de los diferentes tipos de razas de conejo a través de artículos de prensa, se buscará que la población pueda diferenciar a los conejos que son apropiados para ser mantenidos como mascotas y los que se los puede aprovechar como un recurso alimenticio para eliminar prejuicios de algunas personas que piensan que el conejo no se come.

#### 7.4 IMPACTO SALUD

**CUADRO No. 105**  
**MATRIZ IMPACTO SALUD**

NIVEL / IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Salud preventiva							x
Aspectos nutricionales							x
Consecución de objetivos dietéticos							x
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>

**Elaborado por: La Autora**

Nivel de impacto educativo - cultural:  $6 / 3 = 3$ ; alto positivo.

➤ **ANÁLISIS DE INDICADORES SALUD**

- Al ser la carne de conejo baja en colesterol permitirá prevenir enfermedades cardiovasculares. Además es una carne recomendada para el cuidado de personas que padecen enfermedades como diabetes o que deban reducir el consumo de grasa. Degustar esta carne reducirá las probabilidades de padecer enfermedades por demasiado consumo de grasa.
- La carne de conejo es rica en proteínas y vitaminas ideal para las dietas de niños y ancianos por su fácil digestibilidad, la intención de la empresa es crear una cultura de consumo que deleite el paladar pero que a la vez colabore en la preservación de la salud.
- La carne de conejo al ser un producto bajo en grasas contribuirá a alcanzar los fines dietéticos de la población que tenga problemas de sobrepeso a fin de que con ejercicio y una alimentación correcta en la que intervenga nuestro producto mejoren su estética y su salud.

**7.5 IMPACTO AMBIENTAL**

**CUADRO No. 106**

**MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

NIVEL / IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Manejo de desechos							x
Aguas servidas		x					
Fauna					x		
<b>TOTAL</b>		<b>-2</b>			<b>1</b>		<b>3</b>

**Elaborado por: La Autora**

Nivel de impacto ambiental:  $2 / 3 = 0.66$ ; bajo positivo.

➤ **ANÁLISIS DE INDICADORES AMBIENTAL**

- El principal desecho que se maneja de la producción cunícola es el abono orgánico el mismo que es muy útil para la producción agrícola, de la zona pues es ideal para el cultivo de alfalfa. Por ello tiene un impacto positivo.
- La contaminación del agua es muy difícil de manejar ya que las principales fuentes de contaminación hídrica de este tipo de actividades provienen de residuos líquidos resultantes del proceso de faenamiento, en el cual los desechos serán eliminados a través del alcantarillado, por esta razón en este punto el impacto ambiental es negativo.
- En el ámbito ecológico es importante producir los recursos y no agotarlos, con un consumo indiscriminado, por tal razón en la unidad productiva a crearse se reflejará esta situación a la sociedad ya que únicamente se faenará los animales producidos en la granja sin afectar de ninguna manera a la fauna y a la cadena ecológica, esperando servir como ejemplo para los demás tipos de explotación que estén relacionados con recursos naturales.

## 7.6 IMPACTO GLOBAL

**CUADRO No. 107**  
**MATRIZ DE IMPACTO GLOBAL**

NIVEL / IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Impacto socio - económico						X	
Impacto comercial						x	
Impacto educativo - cultural							X
Impacto salud							X
Impacto ambiental					x		
TOTAL					1	4	6

Nivel de impacto global:  $11/4 = 2.75$

Como se puede observar la unidad productiva tendrá un impacto medio positivo en el ámbito socio económico (2.33), un impacto alto positivo en los ámbitos: comercial (2.66), educativo cultural (3), y de salud (3).

El impacto ambiental viene a compensarse entre lo positivo para la agricultura y lo negativo de las aguas servidas, en este punto se debe buscar alternativas para en lo posible mitigar el daño ambiental (0.66) en el futuro.

El impacto global del proyecto es alto positivo, situación que comprueba una vez más la viabilidad del proyecto.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Con el análisis profundo y sistemático de variables e indicadores se ha podido determinar que es factible la creación de una Unidad Productiva dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de carne de conejo en la ciudad de Ibarra, con sus respectivas estrategias para generar demanda en el consumidor final.
- Se ha podido determinar que existe una cantidad considerable de demanda insatisfecha al existir más demandantes que oferentes del producto, por lo tanto hay muy pocas probabilidades de que el mercado se sature con el aumento de nuevos competidores.
- La cunicultura es una actividad muy poco desarrollada en el ámbito ecuatoriano especialmente en la zona de Imbabura, la misma que explotada adecuadamente puede representar una nueva opción para fomentar la industria en la provincia.
- Existe pocos conocimientos en la colectividad en cuanto al desarrollo de la actividad cunícola como una fuente de ingresos y a los beneficios del consumo de un producto cárnico de dicha procedencia , por tal razón es muy poco desarrollada en la localidad.
- Las estrategias para una adecuada introducción del producto en el mercado están basadas en el marketing mix: producto, precio, plaza promoción y un buen servicio, como factores determinantes para la satisfacción del consumidor.

- A través del desarrollo de la investigación se ha podido determinar la rentabilidad del proyecto gracias a la velocidad en la reproducción de los animales, factor que será ampliamente aprovechado.
- La creación de una nueva microempresa siempre tiene incidencia en diferentes ámbitos del entorno como: socio – económico, comercial, educativo – cultural, salud y ambiental para las personas involucradas ya sea de manera directa o indirecta, en el presente proyecto, los impactos son en su mayoría positivos, situación que reafirma la factibilidad de la creación de una unidad productiva cunícola.

## RECOMENDACIONES

- Es recomendable propender a la creación de nuevas unidades productivas, que contribuyan al fortalecimiento de la economía, mediante el aporte a la comunidad de un producto sano, y garantizado con normas sanitarias adecuadas, como se plantea en el presente estudio.
- Ante la amplia demanda insatisfecha determinada en el estudio del presente proyecto se debería analizar a futuro las posibilidades de desarrollar subproductos o nuevos productos de acuerdo a las exigencias del mercado, inclusive se puede llegar a complementar la Unidad de producción con un restaurant cuyo principal producto sea la carne de conejo preparada, sin embargo para esta eventual propuesta será necesario desarrollar un nuevo estudio de mercado, y un adecuado análisis presupuestario para la determinación de la factibilidad y éxito de diferentes ideas a desarrollar.
- Debido a la poca investigación que existe en el campo cunícola deberá ser responsabilidad de la administración a medida que pase el tiempo la adopción de nuevas políticas y reajustes de actividades de acuerdo a las necesidades de la empresa, pero sin perder de vista los objetivos y la filosofía de la misma para así desarrollar identidad y permanencia en el mercado.
- Es necesario que se concientice a las personas sobre la importancia de una buena nutrición para conservar la salud y que mejor si con ello se consigue introducir en el mercado un producto diferente, con impactos positivos para el entorno, por tal razón hacia ese punto deben dirigirse los esfuerzos en la etapa de la promoción.
- El éxito de un producto está determinado inicialmente por la aceptación del mismo en el mercado y se afianza con su permanencia en el mismo, por tal razón será importante desarrollar constantemente más estrategias

basadas en el marketing mix para alcanzar posicionamiento del producto en el futuro.

- Para alcanzar rentabilidad en el presente proyecto a más de la importancia de la velocidad de reproducción del ganado, será importante también un adecuado uso de los canales de distribución los mismos que es recomendable sean desarrollados mediante intermediarios tanto de salones como de supermercados para que el producto llegue al consumidor final.
- Pese a que los impactos de la industria cunícola sean favorables para la sociedad en diferentes ámbitos, está no ha tenido mayor atención por parte de personas expertas para ser desarrollada por tal razón sería recomendable que esta sea estudiada con más profundidad para crear nuevas alternativas de producción con los productos y subproductos del conejo.
- En caso de existir alguna ordenanza que regule el faenamiento de los animales en la ciudad de Ibarra en los locales propios, y se tenga que utilizar obligatoriamente el camal, dichos gastos se deberán considerar dentro de los Costos Indirectos de fabricación.

## BIBLIOGRAFÍA

1. BAPTISTA, Lucio (2010) Metodología de la Investigación, Editorial Mc Graw-Hill, quinta edición.
2. BRAVO, Mercedes (2009) Contabilidad General, Editorial Nuevo Día.
3. CANTU, Gerardo (2005) Fundamentos de Contabilidad, Editorial McGraw-Hill.
4. CASTELLANOS, Fernan (2008), Conejos, Editorial Trillas, México.
5. CASTRO, Jany (2009), Investigación integral de mercados, editorial Mc Graw-Hill, cuarta edición, Madrid.
6. CHILQUINGA, Manuel (2004) Costos por órdenes de producción, Ecuador.
7. DURÁN, Felipe (2009) Inseminación de caprinos, ovinos, conejos, aves de corral y porcinos, Editorial Grupo Latino, primera edición, Bogotá.
8. ECHEVERRÍA, Fernando (2009) Manual de crianza de animales, Editorial Grupo Latino, tercera edición, México.
9. FERRELL, Linda (2010), Introducción a los negocios en un mundo cambiante, McGraw-Hill, Madrid.
10. GÓMEZ, Oscar, (2005); Contabilidad de Costos, Editorial McGraw-Hill.
11. HARGADON, Bernard (2005), Principios de Contabilidad, Editorial Quebecor, octava edición, Bogotá Colombia.
12. HERNÁNDEZ, Sergio (2008), Administración: Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad, Editorial Mc Graw-Hill, Madrid.
13. INFORME DEL III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO

14. JACOME, Walter (2005) Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de proyectos productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria – Ibarra Ecuador.
15. LEY DE COMPAÑÍAS
16. LEY DE FOMENTO Y DESARROLLO AGROPECUARIO.
17. LOU, Pelton (2005), Canales de marketing y distribución comercial, Editorial McGraw-Hill, Madrid.
18. LOVELOCK, Cristopher (2009) Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia, Editorial Pearson Educación, México.
19. MOORE, Carlos (2010) Administración de pequeñas empresas, Editorial CENGAGE Learning, México.
20. Normas Internacionales de Información Financiera
21. Normas Internacionales de Contabilidad.
22. PIERCY, Nigel (2007), Marketing estratégico, editorial Mc Graw-Hill, octava edición Madrid.
23. PORTER, Michael (2007) Ventaja competitiva, sexta edición.
24. POSSO, Miguel ( 2006), Metodología para el Trabajo de Grado Tesis Y Proyectos, Tercera edición; Imprenta NINA Comunicaciones, Quito Ecuador.
25. RAMSES, Alejandro (2008) , Innovación de productos: desarrollo, investigación y estrategias de mercados, Editorial Trillas, México.
26. REGLAMENTO A LA LEY DE COMPROBANTES DE VENTA Y RETENCION.
27. REGLAMENTO DE LA NORMATIVA DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA AGROPECUARIA EN EL ECUADOR.

28. REINOSO, Victor (2009), Fundamentos de Administración, quinta edición, Editorial Trillas, México.
29. SÁNCHEZ, Cristian (2007) Crianza y comercialización de conejos, Editorial Oalomno, primera edición, Lima Perú.
30. SHIMADA, M. Armando (2009) Nutrición animal, Editorial Trillas, México.
31. TREVIÑO, Rubén (2005), Publicidad: comunicación Integral en Marketing; Editorial McGraw-Hill, Madrid.
32. VAZQUEZ, Casilles (2006) Estrategias de distribución comercial: Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas, Editorial Thomson México.

## LINCOGRAFÍA

1. [www.monografias.com/trabajos14/nuevomicro/nuevomicro.shtml](http://www.monografias.com/trabajos14/nuevomicro/nuevomicro.shtml)
2. [www.monografias.com/trabajos12/espacio.tiemp.shtml](http://www.monografias.com/trabajos12/espacio.tiemp.shtml)
3. [www.municipalidaddeibarra/LineadabaseRNN.ec](http://www.municipalidaddeibarra/LineadabaseRNN.ec)
4. [www.monografias.com/agricultura\\_y\\_ganaderia/index.shtml](http://www.monografias.com/agricultura_y_ganaderia/index.shtml)
5. [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
6. [www.cabañaslagunita.com](http://www.cabañaslagunita.com)
7. [www.zoetecnocampo.com/foromen/Forum3/HTML/000066.html](http://www.zoetecnocampo.com/foromen/Forum3/HTML/000066.html)
8. [www.engormix.com](http://www.engormix.com)
9. <http://www.sica.gov.ec/>
10. <http://www.iniap-ecuador.gov.ec/>
11. [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
12. <http://www.imbabura.gov.ec/Turismo/datos.htm>
13. [http://www.cronica.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&catid=34%3Alocales&id=2573%3Atpel-siete-mesas-de-informacion-en-el-canton-loja&Itemid=56](http://www.cronica.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&catid=34%3Alocales&id=2573%3Atpel-siete-mesas-de-informacion-en-el-canton-loja&Itemid=56)

ANEXOS

## **ANEXO No. 1: ENTREVISTA A PRODUCTORES (CRIADEROS)**

- 15.** ¿Cuántos conejos estima que puede vender semanalmente?
- 16.** ¿Quiénes son sus principales clientes?
- 17.** ¿Por qué recomienda usted el consumo de carne de conejo?
- 18.** ¿De acuerdo a su experiencia como productor, ha notado usted aumento en la demanda de la carne de conejo?
- 19.** ¿Considera usted que el conejo es de fácil producción?
- 20.** ¿Considera que la forma en que usted faena sus conejos es mediante la aplicación de mecanismos modernos?
- 21.** ¿La alimentación que les proporciona a sus animales es en su mayoría natural?
- 22.** ¿Lleva usted algún tipo de control veterinario para la crianza de sus animales?
- 23.** ¿Obtiene réditos económicos de los desechos orgánicos del conejo?
- 24.** ¿Con cuántas madres reproductoras cuenta en su criadero, y cuánto el promedio de crías por parto?
- 25.** ¿Considera que puede ser rentable la comercialización de carne de conejo?
- 26.** ¿Cómo considera usted que sería la mejor manera de comercializar la carne de conejo?
- 27.** ¿Para la instalación de su negocio usted accedió a algún tipo de crédito en Instituciones Financieras?
- 28.** ¿Cómo considera que se debería dar a conocer el producto?

## **ANEXO No. 2: ENTREVISTA A VENDEDORES (SALONES)**

1. ¿Usted cría los conejos que vende o los adquiere en criaderos?
2. ¿En qué días se observa mayor número de ventas?
3. ¿Cuál es su preparación para la venta de platillos de conejo?
4. ¿En qué tipo de porción considera que es más aceptada por sus clientes?
5. ¿Cuántos conejos estima que puede vender en la semana?
6. ¿Considera usted que la venta de carne de conejo es rentable para usted?
7. ¿Para la instalación de su negocio usted accedió a algún tipo de crédito en Instituciones Financieras?
8. ¿Cómo considera que se debería dar a conocer el producto?
9. ¿La mayoría de personas que acuden a su salón de donde provienen?

### **ANEXO No. 3: ENTREVISTA A FRIGORÍFICOS Y SUPERMERCADOS**

1. ¿Vende usted carne de conejo?
2. ¿Por qué no vende usted carne de conejo?
3. ¿Ha tenido alguna vez la propuesta de vender carne de conejo?
4. ¿Si recibiera una propuesta para comercializar carne de conejo lista para ser preparada a consignación aceptaría?
5. ¿Como considera que se deba trabajar para introducir el producto en el mercado?

### **ANEXO No. 4: ENCUESTA REALIZADA A CONSUMIDORES**

**1. Usted prefiere consumir:**

Carnes blancas        (...)

Carnes Rojas        (...)

Ninguna                (...)

**2. ¿Qué característica considera que es la más importante al momento de comprar sus productos cárnicos?**

Buen sabor            (...)

Precios mínimos      (...)

Ninguna                (...)

Otros (mencione).....

**3. ¿Conoce usted las propiedades nutricionales de la carne de conejo?**

Si        (...)

- No (...)
- Algo (...)

**4. ¿Ha probado usted algún platillo preparado con carne de conejo?**

- Si (...)
- No (...)

**5. ¿Qué factores considera usted que influyan para que en la ciudad de Ibarra de no se comercialice carne de conejo en grandes cantidades? (señale 1)**

- Desconocimiento de beneficios nutricionales (...)
- Desconocimiento de formas de preparación (...)
- Otros(mencione).....

**6. Sus ingresos mensuales están entre:**

- De 200 a 300 (...)
- De 300 a 400 (...)
- De 400 a 500 (...)
- Mas de 500 (...)

**7. ¿Qué cantidad de su ingreso mensual usted asigna para el consumo de alimentos fuera de casa?**

- De 10 a 20
- De 20 a 30
- De 30 a 40
- Más de 40 dólares

**8. ¿Si en el mercado se vendiera carne de conejo de alta calidad a precios razonables usted estaría dispuesto a adquirirla?**

Si (...)

No (...)

Tal vez (...)

**9. ¿En que medios de publicidad usted se informa más de sus alternativas alimenticias?**

TV (...)

RADIO (...)

MEDIOS ESCRITOS (...)

OTROS (...)

**10. ¿En donde adquiere usted sus productos cárnicos?**

SUPERMERCADOS (...)

MERCADOS - TERCENAS (...)

FRIGORÍFICOS (...)

## ANEXO No. 5: MODELO DE HOJA VOLANTE

¿El Conejo se come.....?



Si... y es una de las carnes blancas más saludables del planeta.

Su carne posee un alto contenido en proteínas, vitaminas, fósforo y calcio. Por su bajo contenido en grasa es ideal para niños, ancianos y dietas.

**¡Compra YA!**

**Producto sano y delicioso.. ¿dónde? en**  
**EL CONEJO GRANJERO**

### Conejo al horno (6 porciones):

- 1 conejo Ranchero
- salvia
- albahaca
- 1/8 de mantequilla o margarina
- perejil
- 1 ramito de romero

### *Preparación:*

Sumerja el conejo durante varias horas en agua con vinagre y hierbas aromáticas, (salvia, perejil y albahaca). Sáquelo y téngalo suspendido durante un rato para que escurra bien. Colóquelo sobre una mesa, crúcele las patas y sujéteselas con un trozo de piola. Cubra el cuerpo del conejo con tiras de tocino, ponga dentro de su abdomen pedacitos de margarina y un ramito de romero. Lleve al horno en una fuente enmantecada, cocinándolo a temperatura suave y rociándolo de vez en cuando con su propia salsa. Cuando calcule que está a punto, saque el tocino y dórelo a fuego fuerte. Sirva acompañado de rodajas de limón y ensalada.

**Dirección: Santa Rosa del Tejar calle principal a 2 km del centro de la ciudad.**

**Contáctenos:**

**080559195**

## ANEXO No. 6: ETIQUETA

El Conejo Granjero



### El Conejo Granjero

**"NUTRICIÓN, CALIDAD Y SABOR PARA UNA CALIDAD DE VIDA MEJOR"**

**DESCRIPCIÓN:** Es una carne rica en proteínas, vitaminas y minerales, de fácil digestibilidad, reducida en calorías y con bajos porcentajes de materia grasa y colesterol; puede consumirse asado, estofado, cocido, hervido, servido en caliente o frío.

Contenido: 2.4 kg  
PVP 13.50  
FECHA ELAB:  
FECHA EXP:

**Dirección:** Santa Rosa del Tejar calle principal a 2 km del centro de la ciudad.

**Contáctenos:**  
080559195  
093964915  
Correo electrónico: conejogranjero@hotmail.com



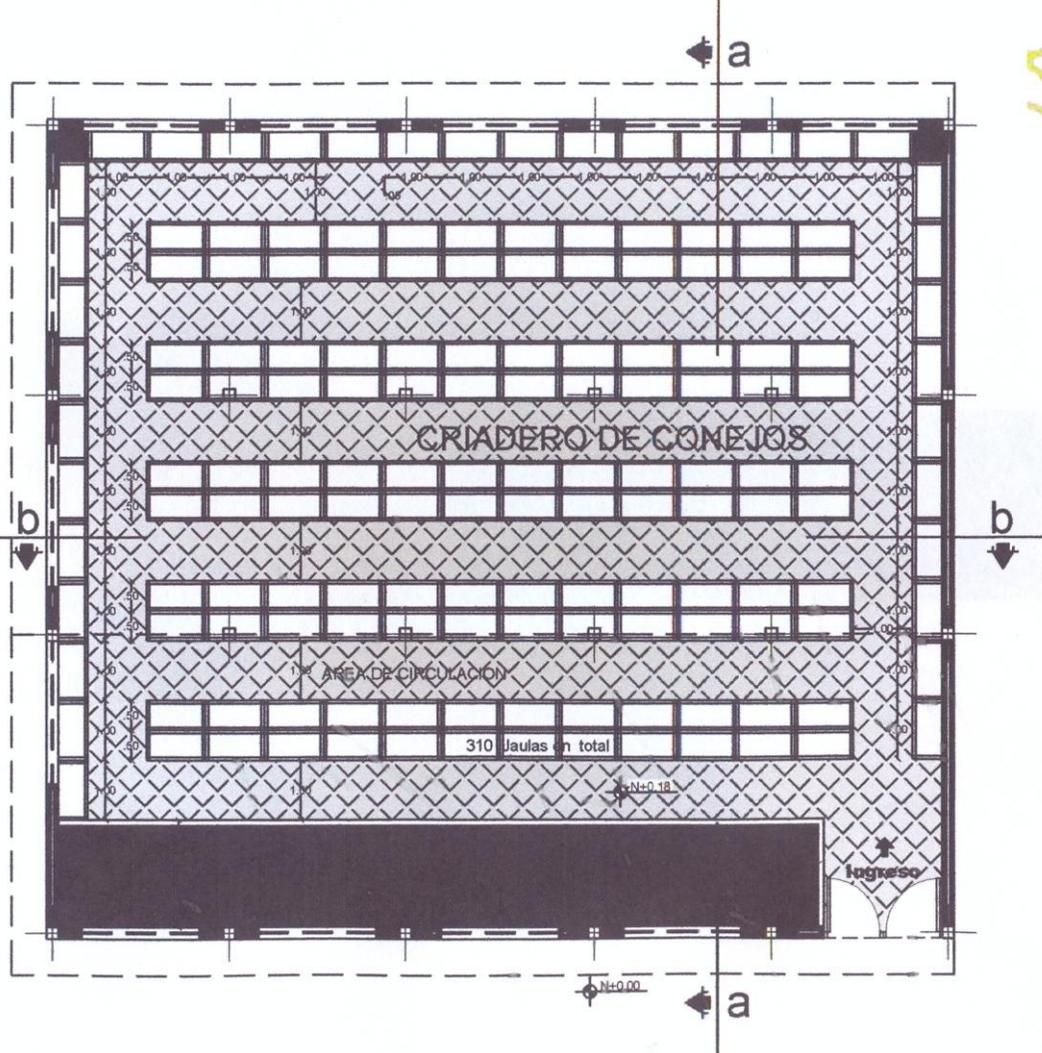
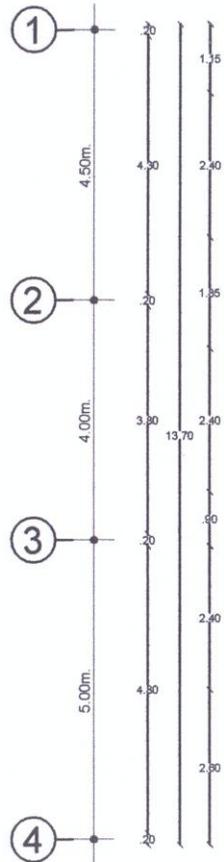
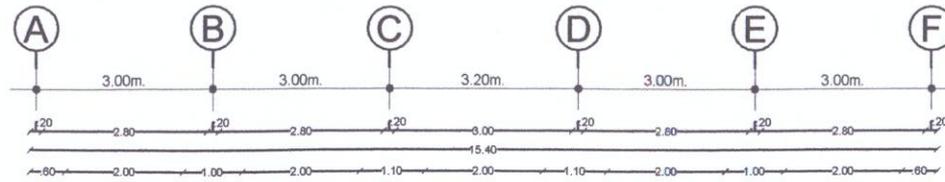
## ANEXO No. 7: PRESUPUESTO DE OBRAS CIVILES E INFRESTRUCTURA

<b>PRESUPUESTO DE OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Cubierta de ardex	u.	43	11,66	501,38
Correas	u.	25	12	300
bloques	u.	3200	0,25	800
puertas	u.	2	25	50
cemento	qq	45	7	315
material petreo (ripio, polvo de piedra, arena y piedra)	v.	6	45	270
hierro	qq	13	40	520
Fregadero	u.	1	60	60
Azulejos	m2	4	6,5	26
Luz eléctrica	pts.	3	6	18
Ventanas metálicas con protección y malla	u.	6	11	66
Puntos de agua potable	pts.	4	6	24
Mano de obra	m2	210,95	13	2742,35
<b>TOTAL</b>				<b>5692,73</b>

**Fuente: Plano Arquitectónico**

# **ANEXO No. 8: PLANO DE LA UNIDAD PRODUCTIVA**

# DISTRIBUCION AREA PARA CRIADERO DE CONEJOS

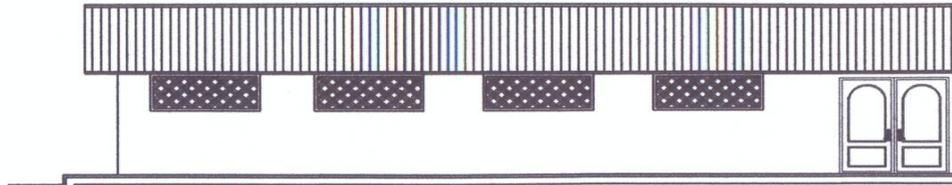


planta baja  
escala 1:150

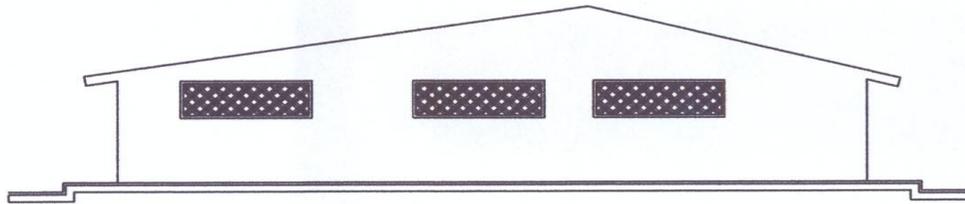


**UBICACION**  
 CIUDAD DE IBARRA  
 Parroquia "La Esperanza"

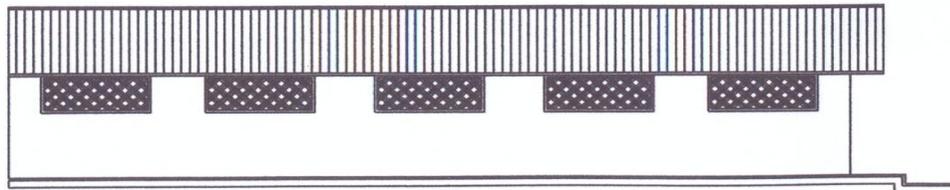
PROYECTO: <b>UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE</b>		
UBICACION: SANTA ROSA DEL TEJAR - IBARRA -		
PROYECTO: MAT. PROF. P-1540	PROPIETARIO:	
SRTA. MIREYA MEJIA		UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE
CONTIENE: - PLANTA BAJA - CUADRO DE AREAS - UBICACION		LAMINA: <b>1</b> DE 1
DIBUJO: O.F.G.M.	FECHA: ABRIL / 2011	ESCALA: Indicada
SELLOS MUNICIPALES:		



**FACHADA FRONTAL**  
escala 1:150



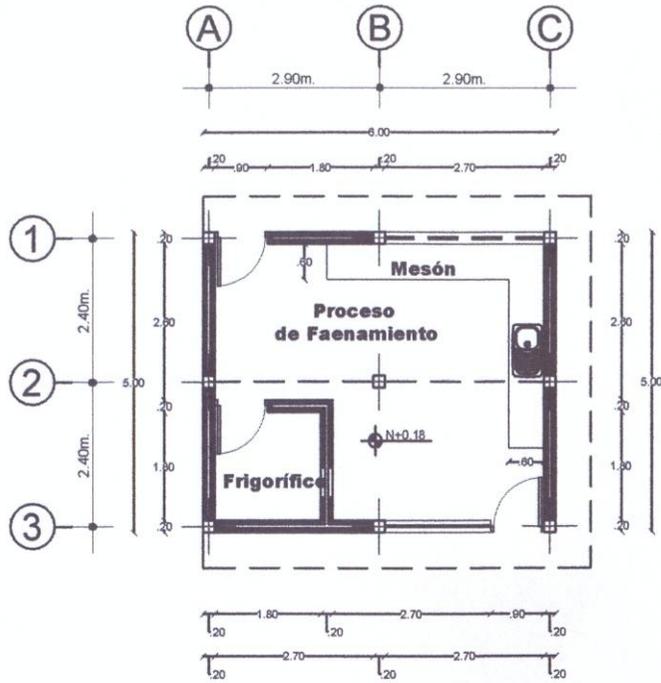
**FACHADA LATERAL**  
escala 1:150



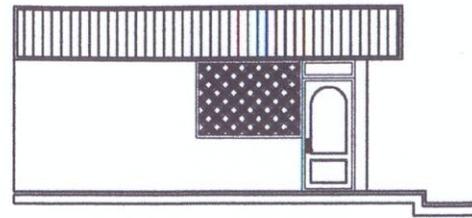
**FACHADA POSTERIOR**  
1:150 escala

PROYECTO: <b>UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE</b>		
UBICACION: SANTA ROSA DEL TEJAS - IDARZA -		
PROYECTO	MAT. PROF: P-1540	PROPIETARIO:
SRTA. MIREYA MEJA		UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE
CONTIENE:	- FACHADAS (CONSTRUCCION GALPON PARA CRADERO DE CONEJOS)	LAMINA: <b>1</b> DE 1
DEJADO:	O.F.G.M.	FECHA: ABRIL / 2011
SELLOS MUNICIPALES:		ESCALA: Indefinida

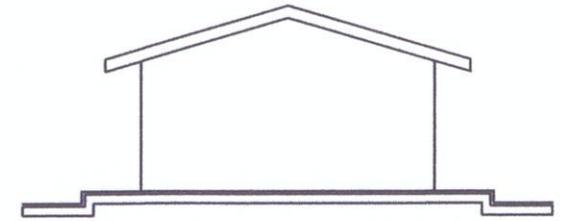
## CUARTO PARA PROCESO DE FAENAMIENTO



planta baja  
escala 1:100

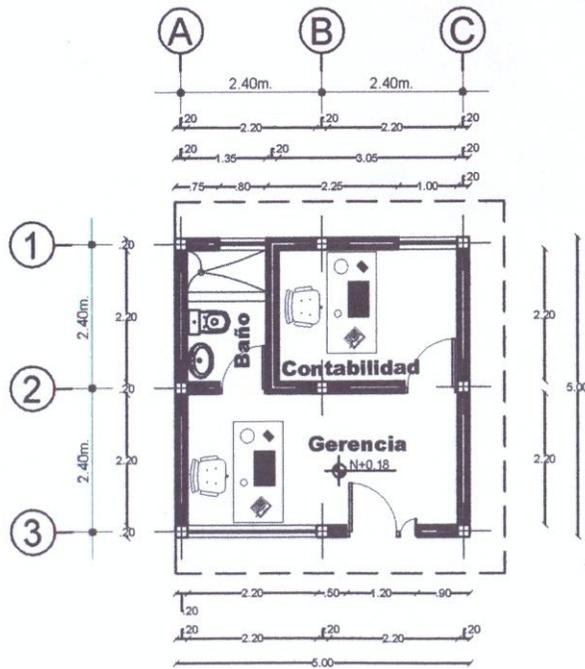


FACHADA FRONTAL  
escala 1:100

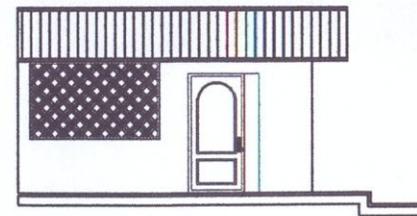


FACHADA LATERAL  
escala 1:100

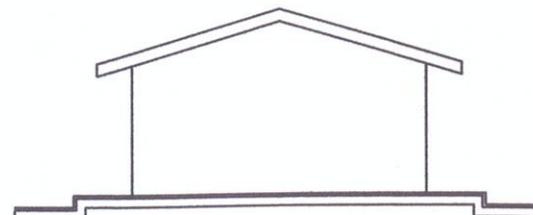
## CUARTO CONTABILIDAD Y GERENCIA



planta baja  
escala 1:100

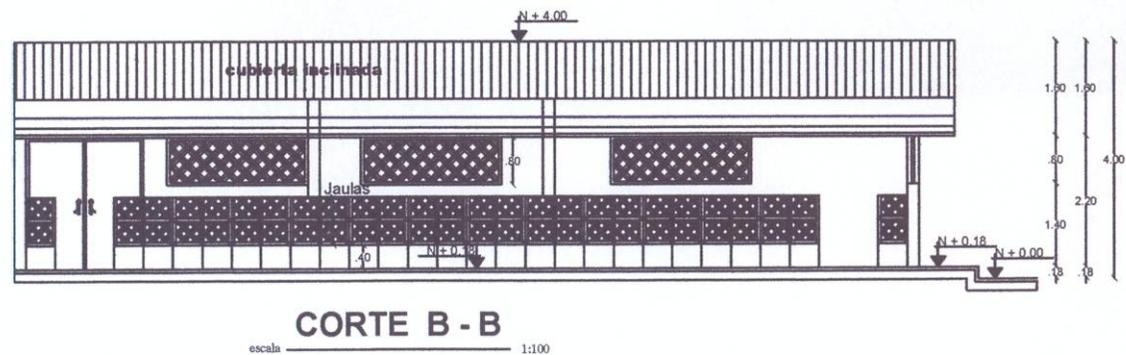
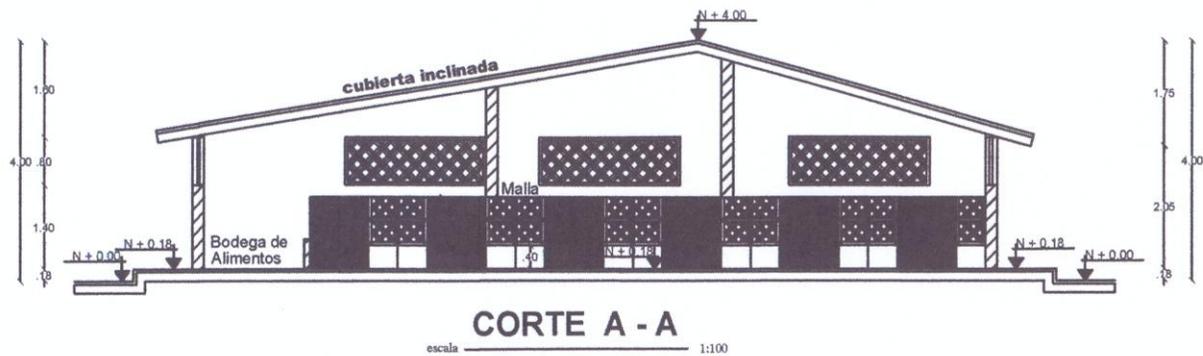


FACHADA FRONTAL  
escala 1:100

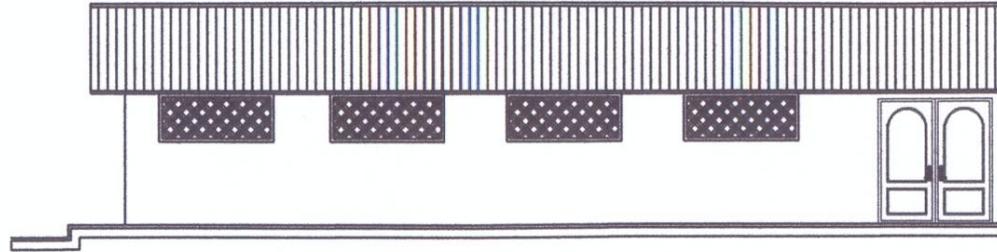


FACHADA LATERAL  
escala 1:100

PROYECTO: <b>UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE</b>		
UBICACION: SANTA ROSA DEL TILAR - IBARRA -		
PROYECTO: MAT. PROF. P-3540	PROPIETARIO:	
SRTA. MIREYA MEJA		UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE
CONTIENE: - FACHADAS	LAMINA: <b>1</b>	DE: 1
DIBUJO: O.P.G.M.	FECHA: ABRIL / 2011	ESCALA: Indicada
SELLOS MUNICIPALES:		

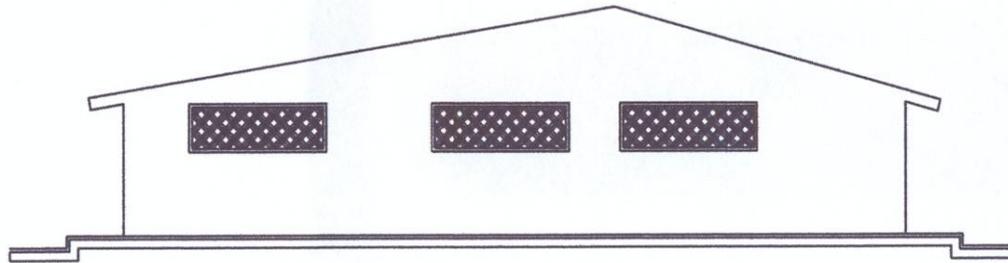


PROYECTO: <b>UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE</b>		
UBICACION: SANTA ROSA DEL TEJAR - IBARRA -		
PROYECTO: MAT. PROF. P-3540	PROPIETARIO:	
SRTA. MIREYA MEJIA		UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE
CONTIENE: - CORTES		LAMINAS: <b>1</b> DE 1
DIBUJO: O.F.G.M.	FECHA: ABRIL / 2011	ESCALA: Indicada
SELLOS MUNICIPALES:		



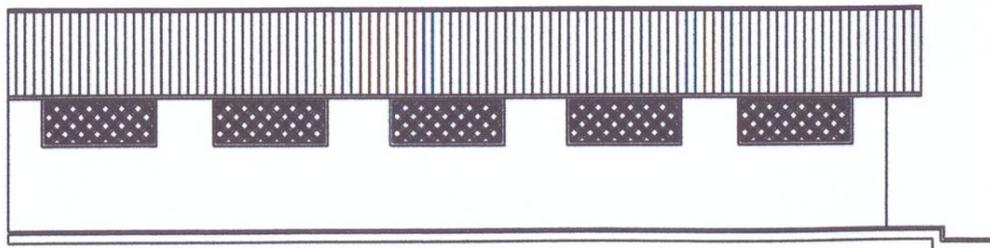
**FACHADA FRONTAL**

escala \_\_\_\_\_ 1:150



**FACHADA LATERAL**

escala \_\_\_\_\_ 1:150



**FACHADA POSTERIOR**

1:150 \_\_\_\_\_ escala

PROYECTO: <b>UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE</b>		
UBICACION: SANTA ROSA DEL TEJAR - IBARRA -		
PROYECTO	MAT. PROF. P-1540	PROPIETARIO:
SRTA. MIREYA MEJIA		UNIDAD DE PRODUCCION CUNICOLA DEL NORTE
CONTIENE: - FACHADAS (CONSTRUCCION GALPON PARA CRADERO DE CONEJOS)		LAMINA: <b>1</b> DE 1
DIBUJO:	FECHA:	ESCALA:
O.F.G.M.	ABRIL / 2011	Indicada
SELLOS MUNICIPALES:		

## ANEXO No. 9: REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA (4 MESES)

### REQUERIMIENTO MATERIA PRIMA (4 MESES)

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PU	TOTAL
CONEJOS	U	130	4,5	585
ALIMENTOS	KG	325	0,385625	125,328125
VACUNAS	GRAMOS	1000	0,02	20
<b>TOTAL</b>				<b>730,33</b>
KG DE ALFALFA:	0,35			
KG BALANCEADO	0,5625			
CONSUMO POR ANIMAL:	2,5			
HASTA EL MOMENTO DE REPRODUCCIÓN				
LA ALIMENTACIÓN DE LOS CONEJOS SERÁ EN UN 70% POR ALFALFA Y 30% DE BALANCEADO				
	0,7	0,245		
	0,25	0,140625		
	0,385625	COSTO DE KILOGRAMO DE ALIMENTO		

**ANEXO No. 10: COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS, ÚTILES DE ASEO  
Y VETERINARIO**

<b>VARIACIÓN EN EL METRO CÚBICO DE AGUA</b>	
AÑO 0	0,34
AÑO 1	0,35
AÑO 2	0,36
AÑO 3	0,37
AÑO 4	0,38
AÑO 5	0,40

<b>VARIACIÓN EN KW</b>	
AÑO 0	0,081
AÑO 1	0,08
AÑO 2	0,09
AÑO 3	0,09
AÑO 4	0,09
AÑO 5	0,10

<b>VARIACIÓN COSTOS DE ASEO</b>	
AÑO 0	45,00
AÑO 1	46,49
AÑO 2	48,02
AÑO 3	49,60
AÑO 4	51,24
AÑO 5	52,93

<b>VARIACIÓN VISITA MÉDICA</b>	
AÑO 0	20,00
AÑO 1	26,60
AÑO 2	27,48
AÑO 3	28,38
AÑO 4	29,32
AÑO 5	30,29

**ANEXO No. 11: DEPRECIACIÓN DE OBRAS CIVILES E  
INFRAESTRUCTURA**

**DEPRECIACIÓN OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA**

<b>AÑOS</b>	<b>% A DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>SALDO EN LIBROS</b>
0	5%		5692,73
1	5%	284,64	5408,09
2	5%	284,64	5123,46
3	5%	284,64	4838,82
4	5%	284,64	4554,18
5	5%	284,64	4269,55
6	5%	284,64	3984,91
7	5%	284,64	3700,27
8	5%	284,64	3415,64
9	5%	284,64	3131,00
10	5%	284,64	2846,37
11	5%	284,64	2561,73
12	5%	284,64	2277,09
13	5%	284,64	1992,46
14	5%	284,64	1707,82
15	5%	284,64	1423,18
16	5%	284,64	1138,55
17	5%	284,64	853,91
18	5%	284,64	569,27
19	5%	284,64	284,64
20	5%	284,64	0,00

## ANEXO No. 12: DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES Y EQUIPOS

AÑOS	% A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	SALDO EN LIBROS
0	10%		3908,50
1	10%	390,85	3517,65
2	10%	390,85	3126,80
3	10%	390,85	2735,95
4	10%	390,85	2345,10
5	10%	390,85	1954,25
6	10%	390,85	1563,40
7	10%	390,85	1172,55
8	10%	390,85	781,70
9	10%	390,85	390,85
10	10%	390,85	0,00

## ANEXO No. 13: DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

AÑOS	% A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	SALDO EN LIBROS
0	10%		1995,00
1	10%	199,5	1795,5
2	10%	199,5	1596
3	10%	199,5	1396,5
4	10%	199,5	1197
5	10%	199,5	997,5
6	10%	199,5	798
7	10%	199,5	598,5
8	10%	199,5	399
9	10%	199,5	199,5
10	10%	199,5	0

#### ANEXO No. 14: DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

AÑOS	% A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	SALDO EN LIBROS
0	10%		340
1	10%	34	306
2	10%	34	272
3	10%	34	238
4	10%	34	204
5	10%	34	170
6	10%	34	136
7	10%	34	102
8	10%	34	68
9	10%	34	34
10	10%	34	0

#### ANEXO No. 15: DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

AÑOS	% A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	SALDO EN LIBROS
0	0%		1300,00
1	33%	433,29	866,71
2	33%	433,29	433,42
3	33%	433,42	0,00

#### ANEXO No. 16: GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE TRANSPORTE (FLETE)	840,00	867,97	896,88	926,74	957,60
PUBLICIDAD	480,00	495,84	512,20	529,11	546,57
TOTAL	1320,00	867,97	896,88	926,74	957,60

### ANEXO No. 17: GASTOS DE ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	5179,72	5283,31	5388,98	5496,76	5606,70
CONTADOR	4312,24	4398,48	4486,45	4576,18	4667,71
DEPRECIACIONES	666,79	666,79	666,79	666,79	666,79
TOTAL	10158,75	10348,59	10542,23	10739,73	10941,19

### ANEXO No. 18: GASTOS FINANCIEROS

AÑO	GASTO INTERÉS
1	1373,04
2	1076,41
3	714,69
4	273,62
5	0,00

### ANEXO No. 19: FONDOS DE RESERVA

	SBU U	INCREMENTO AÑO 1	F R MENSUAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	340,00	373,32	31,10	373,17	409,74	449,90	493,99
CONTADOR	280,00	307,44	25,61	307,32	337,43	370,50	406,81
OPERARIO 1	264,00	289,87	24,15	289,76	318,15	349,33	383,57
OPERARIO 1	264,00	289,87	24,15	289,76	318,15	349,33	383,57

**ANEXO No. 20: CONEJA REPRODUCTORA**



## ANEXO No. 21: MANEJO DE DESECHOS DEL CONEJO



**ANEXO No. 22: SEMBRÍOS DE ALFALFA DE LA ZONA**



## ANEXO No. 23: BALANCEADO PARA CONEJOS

