



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA
PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA,
EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTÓN PIÑAS,
PROVINCIA DE EL ORO”

“TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DE TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”

AUTORA:

Luz Rebeca Loja Matailo

DIRECTOR:

Ing. Mauricio León

Loja – Ecuador
2016

CERTIFICACIÓN

ING. MAURICIO LEÓN DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.


CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la señorita: LUZ REBECA LOJA MATAILO, cuyo tema se titula **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA, EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, el mismo que cumple con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, 15 de julio de 2016

Atentamente,



Ing. Mauricio León
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **LUZ REBECA LOJA MATAILO**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual.

Autora: LUZ REBECA LOJA MATAILO

Firma:



Cédula: 1105584674

Fecha: Loja, 15 de julio de 2016

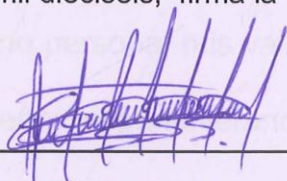
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, LUZ REBECA LOJA MATAILO, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA, EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, como requisito para obtener el grado de Ingeniera Comercial; autorizó al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los cuales tenga convenio la Universidad.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los quince días del mes de julio de dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma:



Autora: LUZ REBECA LOJA MATAILO

Cédula: 1105584674

Dirección: Av. Eduardo Kigman

Teléfonos: 0993302161

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Mauricio León

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE: Ing. Ney Alfredo Gallardo

VOCAL: Ing. Juan Román Encalada Orozco

VOCAL: Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. A mis Padres y Hermanos por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos. A mi Hijo quien ha sido y es una mi motivación, inspiración y felicidad.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”.

Thomas Chalmers

Luz Rebeca Loja Matailo

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida, por iluminarme día a día y guiar mis pasos durante toda mi vida para culminar mi carrera universitaria.

A mis queridos padres, hermanos y mi hijo adorado quienes fueron pilares importantes durante mi vida estudiantil, por haberme apoyado incondicionalmente y alentarme a seguir luchando por mis metas a pesar de los obstáculos que se me presentaban.

A mis apreciados profesores que impartieron sus conocimientos y resolvieron cada una de mis inquietudes con gran dedicación y esmero para la realización de este proyecto.

Finalmente a mi Director de Tesis por su apoyo profesional e incondicional para realizar paso a paso este proyecto. **Ing. Mauricio León.**

Luz Rebeca Loja Matailo

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA, EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”

b. RESUMEN

Se ha realizado este proyecto, con la finalidad de determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa para mascotas caninas de raza pequeña en la ciudad de Piñas.

El presente trabajo corresponde a un estudio de factibilidad destinado a determinar la conveniencia de implementar una empresa que brinde este tipo de servicio. La metodología usada a lo largo de este proyecto utilizo los siguientes métodos como son: el método inductivo, deductivo y analítico; y la siguiente técnica como es la encuesta.

El proyecto contempla el estudio de mercado, en el que se determinan las condiciones de la demanda y la oferta, el mismo que estima un total de demanda insatisfecha de **\$7.876** y por ultimo un plan de comercialización. Seguidamente se analizó el estudio técnico este tiene una capacidad instalada de **26.280** prendas al año, y una capacidad utilizada de **3 prendas por hora** dándonos una total de **6.264** prendas al año trabajando los 261 días laborables; la localización, la ingeniería del proyecto y estructura organizacional, la misma que se constituirá legalmente como una compañía Unipersonal Limitada con el nombre de "**CLOTHES IAN**", **Cía. Unipersonal Ltda.** En lo que se refiere al estudio financiero se determinó los diferentes presupuestos y de esta manera determinar el monto de la inversión **\$6.647,08** para su financiamiento se solicitará un crédito del **30%** del total de la inversión al Banco Nacional de Fomento y el otro 60% de la inversión será obtenida de la Empresa Unipersonal, además tiene un costo total de producción para el primer año de **\$26.956,58**; la empresa tiene un

costo unitario por cada prenda de para el primer año **\$5,46**; además una utilidad neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de **\$ 4.538,89** mientras que se tendrá en utilidad líquida un monto de **\$4.085,00**; un punto de equilibrio del **78,14%** y finalmente se realizó la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto a través de los siguientes indicadores como Valor Actual Neto (VAN) de **\$13.023,25**, Tasa Interna de Retorno (TIR) de **70,15%**; en la Relación Beneficio Costo de **\$0,20** centavos de dólar por cada dólar invertido; dentro del Periodo de Recuperación de Capital la inversión se recupera en **11 meses con 9 días**, en el Análisis de Sensibilidad los costos se pueden incrementar en un **8%** y en una disminución de ingresos del **6,60%** que soporta el proyecto. Lo que significa con toda esta información que el proyecto es factible.

Por último se realizó las conclusiones y recomendaciones; la bibliografía que fue la fuente de consulta y apoyo para descomponer y entender el proyecto y poder llegar a su culminación, además se complementó el proyecto con la recopilación de los Anexos sobre componentes del proyecto de tesis.

SUMMARY

This project has been carried out, in order to determine the feasibility of creating a company dedicated to the manufacture and marketing of clothing for small breed canine pets in the of Piñas city.

This project aims to make and sell pet clothing small breed using innovative technology, occupying the local workforce, with resources of the area for products that can go to market in optimum condition, quality and price.

This work corresponds to a feasibility study designed to determine the advisability of implementing a company that provides this service. The methodology used throughout this project use the following methods such as: inductive, deductive and analytical method; and the following technique as the survey.

The project includes market research, in which the conditions of demand and supply are determined, the same as estimated a total of \$ 7,876 unmet demand and finally a marketing plan. Then the technical study that has an installed capacity of 26,280 garments per year capacity, and capacity utilization of 3 items per hour giving us a total of 6,264 garments a year working 261 days analyzed; location, project engineering and organizational structure, the same legally established as a Limited Unipersonal company with the name "CLOTHES IAN", Cia. Unipersonal Ltda. As regards the financial study different budgets was determined and thus determine the amount of investment \$ 4.899,09 and its financing, the same as a credit of 41% of the total investment will ask the Bank national Development and the other 59% of the investment will be obtained from the Business Partners also has a total production cost for the first year of \$ 26,956.58; unit cost of each garment in the first year is \$ 4.30;

plus net profit to be obtained in the first year of operation is \$ 4468.05 while liquid will in profit in the amount of \$ 4,021.25; and finally the financial evaluation was conducted to determine the feasibility of the project through the following indicators as Net Present Value (NPV) of \$ 12,415, Internal Rate of Return (IRR) of 96.52%; in the benefit cost \$ 0.25 cents for every dollar invested; within the Recovery Period Capital investment is recovered in 11meses with 9 days, Sensitivity Analysis costs may be increased by 15% and a decrease in revenue of 12% supporting the project.

Finally the conclusions and recommendations made; the literature was the source of consultation and support to break down and understand the project and reach completion, the project also collecting Annexes on components of the thesis project was supplemented.

c. INTRODUCCIÓN

Actualmente la Ciudad de Piñas no existe una empresa especialmente que se dedique a la confección de este tipo de ropa, siendo una barrera para su desarrollo sostenido y que a pesar de eso se observa en el mercado una oportunidad en el campo de ropa textil para mascotas. Es por esto que las nuevas generaciones de profesionales tenemos que realizar esfuerzos para crear pequeñas empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y con productos que pueden salir al mercado en condiciones óptimas, de calidad y precio.

El trabajo de investigación denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIONE DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA, EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, mismo que busca medir el impacto que la inversión promueve en el dueño y su mascota, mediante la satisfacción de las necesidades de los consumidores de este producto. Y así mismo busca incentivar al capitalista a invertir ya que constituye una buena opción para los empresarios.

La investigación consta de los siguientes apartados: se partió realizando el Resumen en castellano e inglés, en el cual se elabora una síntesis general de todo el trabajo.

Posteriormente se hizo la Introducción de toda la investigación partiendo de lo general que son los proyectos de inversión, en este caso la confección de ropa para mascotas caninas de raza pequeña de la Ciudad de Piñas, Cantón Piñas, Provincia de el Oro.

En el contenido de este estudio, se expone: la Metodología, detallando: las técnicas, fórmulas y cálculos matemáticos empleados para el procesamiento e interpretación de los datos recopilados.

Luego se presentan los resultados, en los que se desarrollaron los siguientes aspectos: la demanda, la oferta, demanda insatisfecha, estrategias de marketing; estudio técnico se analizó la capacidad instalada, la capacidad utilizada, ingeniería del proyecto y estructura organizacional.

En lo que se refiere al estudio financiero se determinó los diferentes presupuestos y de esta manera determinar el monto de la inversión y su financiamiento, el estado de pérdidas y ganancias.

En lo posterior se realiza la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto a través de los siguientes indicadores como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad. Lo que significa con toda esta información que el proyecto es factible, y finalmente se plantean las Conclusiones y Recomendaciones, el cual se citan resultados y sugerencias importantes, para el presente proyecto de inversión.

Por último se realizó la Bibliografía que fue la fuente de consulta y apoyo para descomponer y entender el proyecto y poder llegar a su culminación, además se complementó el proyecto con la recopilación de los Anexos sobre componentes del proyecto de tesis.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Según (TELLO, 2010) en su proyecto titulado **PLAN DE NEGOCIOS “MASCOTA FASHION”**. El mercado de caninos y felinos es muy amplio, se encuentran varios accesorios que van desde peines, correas, collares, adornos, lazos, bolsos, perfumes, etc., los mismos que en ocasiones son incluso más costosos que para las personas, pero uno de los gustos por los que más nos inclinamos cuando pensamos en nuestras mascotas es la ropa, en algunos casos es por salud del propio animal debido a su delgado pelaje, pero en otras ocasiones es para que se vea hermosa; es por esta razón que hemos desarrollado una idea novedosa para darle ese pequeño deleite al dueño y a su mascota.

Según (SURCA, 2010). En su **“Proyecto-de-Inversión-Mascotas”**, sostiene que el Sector manufacturero representa en la actualidad un mercado emergente con gran potencial de desarrollo, sumado a ello, un adelanto en las tendencias de hábitos de protección a las mascotas no solo hablados sino también prácticos, hacen que exista una oportunidad de negocio que muy pocos hasta ahora se han atrevido a explorar formalmente. El presente trabajo pretende demostrar con los estudios pertinentes, la viabilidad de la implementación para la Producción y Comercialización de ropa de perros, un producto que combina las actuales demandas del consumidor, pero que además permita utilizar recursos locales, comenzando por la materia prima, además a través de un proceso productivo adecuado, una cadena de proveedores eficiente y el personal idóneo; conjuntamente a un plan estratégico real, respaldado por las

herramientas necesarias, se lograra posicionar el producto en el mercado, teniendo siempre en cuenta la calidad y satisfacción total del cliente.

Según (BRUNOS, 2011) en su **“Propuesta de Vestuario para Mascotas Aprovechando los Desperdicios de Materia Prima de las Fábricas de la Ciudad de Atuntaqui”**. Sostiene que la industria predominante es la textil, ya que grandes y pequeñas empresas se dedican a la confección de prendas de vestir en diferentes tipos de telas, la mayoría de grandes empresas durante muchos años han buscado soluciones para aprovechar al máximo la tela y generar la menor cantidad de desperdicio posible, esto se ha logrado a través de muchos años de experiencia y de la capacidad de cada una de las mismas. El vestuario para mascotas es un lujo que muchas personas se dan, los animales llegan a ser parte del hogar y en muchas casas nos gusta personalizar a nuestras mascotas de la mejor manera posible, es por esto que vimos necesario generar nuevas alternativas para utilizar el sobrante de materia prima en la elaboración de ropa para mascotas caninas.

LAS MASCOTAS CANINAS



Las mascotas forman parte importante en la vida de una persona, pues constituyen desde que llegan a casa un espacio que con el tiempo se ganan para ser parte de la familia. En la actualidad se las considera un miembro más, por tanto, se lo trata de una forma especial; pero, como no consentir a nuestros amigos que nos reciben siempre con cariño y muestras de afecto, los únicos que jamás se enojan, son

nuestros compañeros fieles. El cariño y afecto que se tiene a una mascota es indescriptible, por tanto, estamos dispuestos a adquirir cualquier detalle que haga que nuestra mascota se vea más bonita, siendo así un gusto que indirectamente nos lo estamos dando.

LAS 10 RAZAS DE MASCOTAS CANINAS MÁS PEQUEÑAS Y SOCIABLES

Atractivos por su tamaño acotado y por su aspecto de ositos de peluche animados, los perros pequeños pueden ser excelentes mascotas de compañía. (Lo Que no Sabías, 2013)

10.- El Bichon Maltés



El Bichón maltés es una raza de perro pequeña, es de la isla mediterránea de Malta. Esta raza es muy recomendable como perro de compañía, son educados, cariñosos, inteligentes.

9.- El Affenpinscher



El Affenpinscher, es un perro de constitución pequeña y robusta, criada desde el siglo XVII. Es muy cariñoso, activo y se adapta muy bien al ambiente familiar.

8.- El Bichon Frisé



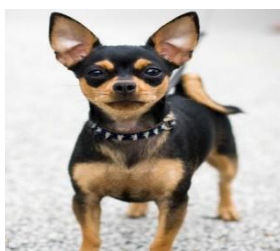
El Bichon Frise, es un perro de origen europeo, es una raza pequeña y de compañía. Se caracteriza por ser un perro alegre, hermoso, activo e incansable.

7.- El Papillón



El Epagneul papillón o Papillón es una pequeña, amigable y elegante raza de perro de tipo Spaniel. Son perros muy leales, a pesar de su pequeño tamaño estos perros son muy activos y son fáciles de adiestrar.

6.- El Chihuahua



El chihuahua es una raza de perro originaria de México son inteligentes y muy audaces además son sensibles al frío debido a su pequeño tamaño, por esta razón los dueños suelen vestirlos con diferentes tipos de ropas.

5.- El Pomerania



El Pomerania conocido comunmente como “toy” (juguete), debido a su pequeño tamaño, es activo, inteligente, valeroso y leal. Los pomeraria suelen ser una raza saludable, resistente y longeva.

4.- El Pug



Los Pug es una raza de perro pequeño, bien entrenados y adecuadamente socializados no son agresivos, su carácter confiado, dócil y amistoso.

3.- El Boston Terrier



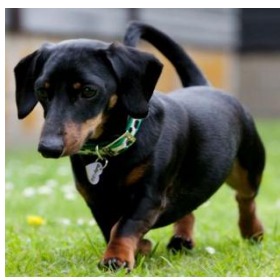
El Boston terrier es una raza de origen Norteamericano son listos y amigables utilizados como perros de compañía. Además, son muy limpios, por instinto como por que su pelo corto.

2.- El Shih Tzu



El Shih Tzu es una raza de perro originaria de China, su nombre significa 'perro león' ya que fue criado para aparecerse a un león es leal, cariñoso, sociable y se lleva bien con los niños.

1.- El Dachshund



El dachshund conocido comunmente como perro salchicha, son juguetones y muy fieles. Son perros muy ágiles de reflejos excepcionales, sin embargo, por sus patas cortas no alcanzan altas velocidades.

ORIGEN DE LA ROPA



La necesidad de vestirse surge en el hombre de las cavernas, para combatir las inclemencias del tiempo, y para ello cazó animales y se abrigó con sus cueros o pieles, gracias a la aparición de los homosapiens y a su desarrollo en tribus surgió un factor muy

importante para el avance y desarrollo de vestido y esa fue la aparición de la agricultura, a consecuencia de esto el hombre se ve obligado a formar grupos estables. Con el paso del tiempo se origina la agricultura y el descubrimiento del algodón lo cual produce un gran avance en el origen de la vestimenta junto con la

seda y la lana. En la Edad Media comienzan a realizarse tejidos de punto y mallas utilizando el algodón, lana, seda.



En las últimas décadas y actualidad algunos factores influyen en la vestimenta de las personas independientemente de su cultura y clima es el aspecto económico, mientras en algunas personas influye la moda, los estilos, los diferentes tipos y materiales del vestido, aunque existen personas que solo visten solo con lo necesario para poder sobrevivir pero lo que sí es claro es que todos en pequeña o gran proporción nos vestimos de acuerdo a nuestras condiciones económicas ,cultura y gusto (ANDREA, 2009)

INDUSTRIA TEXTIL

La industria textil primaria está constituida por subsectores diferentes aunque interrelacionados que producen una serie de productos, desde fibras clasificadas hasta productos para el hogar. Cada subsector puede considerarse como una industria por separado aún cuando el producto que se obtiene en cada etapa de la producción constituye el principal insumo de materia prima. Las etapas del proceso de fabricación textil pueden comprender un procesamiento seco o húmedo.

CLASIFICACIÓN

Clasificada por producto terminado, la industria textil puede dividirse en las siguientes ocho categorías principales.

- Fibras artificiales
- Fibras de algodón y lana
- Tejidos planos de algodón, lana o fibras sintéticas
- Tejidos y productos de punto
- Filtros y tejidos industriales
- Revestimientos para pisos
- Productos para el hogar (frazadas y toallas)
- Cuerdas, sogas y bramantes.

MATERIAS PRIMAS

Se emplea una variedad de fibras naturales y artificiales en la fabricación de textiles. Actualmente, las fibras básicas son la lana, el algodón y una serie de fibras artificiales (nylon, poliéster y rayón).

- **Lana:** dependiendo de la reproducción y el hábitat de la oveja de la que se obtiene, la lana cruda puede contener de 30 a 70 por ciento de impurezas naturales y adquiridas como grasa, sales solubles (grasa de lana) y suciedad. Es necesario que esta fibra pase por el descruce antes del hilado u otro proceso. Hay una serie de plantas dentro de la industria que se dedican exclusivamente a ello.
- **Algodón:** el algodón es una fibra cruda mucho más limpia que la lana y su preparación inicial se realiza solamente mediante operaciones en seco como apertura, separación, cardado, combinación y estiramiento para retirar la

sustancia vegetal y otras impurezas así como para alinear las fibras para el hilado.

- **Fibras sintéticas:** las fibras sintéticas se dividen por lo general en fibras celulósicas y no celulósicas. Las fibras no celulósicas, como nylon (poliamidas), acrílicos, moda crílicos y particularmente poliéster, se usan más ampliamente que las fibras celulósicas. Las principales fibras celulósicas son el rayón y el acetato celulósico. Las fibras sintéticas son más limpias que las fibras de algodón, lo que elimina la necesidad de aplicar los amplios procesos de preparación de la fibra en seco que se usan con el algodón.
- **Tejido de punto:** proceso mediante el cual se obtiene el tejido de punto o jersey constituye uno de los principales métodos en la fabricación textil. Prácticamente toda la línea de medias y calcetines está hecha con tejido de punto, así como una gran cantidad de piezas de tela, prendas de vestir y ropa interior.
- **Tejido plano:** el proceso mediante el cual se obtiene el tejido plano es el método más comúnmente utilizado en la industria textil. Los tejidos planos se emplean, a su vez, en la fabricación de una gran cantidad de productos industriales y de consumo. Este proceso se lleva a cabo en cualquiera de los distintos tipos de telares, en los cuales, en términos generales, se entrelazan hebras dispuestas a lo largo (urdimbre) con otras que van en ángulo recto a las primeras (tramado) pasando por encima o por debajo de éstas.

CLASIFICACIÓN DE LA ROPA

El diseño y la confección de los tipos de prendas se han adaptado a la forma en que las personas las utilizan.

- **Interior:** generalmente es el tipo de ropa que no es visible al exterior, que se haya debajo de la ropa de calle, pero esto ha ido modificándose con el paso del tiempo.
- **Deportiva:** son aquellas prendas que se usan para la práctica de algún deporte o danza. En la primera categoría las características que predominan son la ligereza de los materiales con que están hechas, su adaptabilidad al medio en que se utilizan, la comodidad y resistencia.
- **De etiqueta:** es una categoría especial dentro de los tipos de ropa, ya que su uso o la sola tenencia refiere a la posibilidad de comprarlo. Son poco accesibles económicamente, de alta calidad y se usan para eventos sociales importantes como casamientos, fiestas, graduaciones.
- **Informal:** la mayoría de la gente hace uso de esta en la vida cotidiana. La comodidad y lo barato de sus telas son característicos de ellas. Los pantalones, las remeras, camisas, chombas y musculosas son ejemplos de un ropero básico en una persona.
- **De abrigo:** frente a las determinadas condiciones climáticas es necesario utilizar vestimentas que nos permitan una mayor protección frente a estas. En el invierno las camperas o las calzas térmicas son los elementos más recurrentes para contener el calor corporal.
- **De trabajo:** su diseño es funcional al trabajo que se realice, y variará de acuerdo a este. Suele visualizar dentro de un mismo lugar de trabajo los puestos o jerarquías, según que modelo de ropa se utilice. El mameluco, el ambo, el traje de oficina, son algunos de los ejemplos más comunes.

- **Embarazadas:** requieren de ropa holgada sobre todo en la parte de la cintura por la prominencia de la panza.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. DEFINICIÓN DE PROYECTOS

Descrito en forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. (Baca, 1998)

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

- Los objetivos que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse, cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluados y comparadas para seleccionar la mejor.
- Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación Micro y Macro y el mercado o región que afectara, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.

- Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente sus momentos iniciales y finales, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.
- Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quien cubrirá los costos, quienes enfrentaran las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto.

1.2. EL CICLO DE LOS PROYECTOS

Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrados todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión. (MORA, 2004)

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

1.2.1. ETAPA DE PRE INVERSIÓN.

Se constituye por la formulación y evaluación ex – ante; se enmarca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión, consiste en un proceso de Retroalimentación de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, rediseña, etc. (MORA, 2004)

1.2.2. ETAPA DE INVERSIÓN

Es ella la que importa, son sus necesidades las que deben satisfacer a través de una demanda asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y

política en la que el proyecto pretende desarrollarse. Un proyecto puede ser variable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factibles.” (MORA, 2004)

1.2.3. ETAPA DE OPERACIÓN

En esta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre-inversión y ejecutado durante la inversión de acuerdo a lo programado, se producen beneficios específicos que fueron estimados durante la pre-inversión. (MORA, 2004)

2. CONTENIDO DEL PROYECTO

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y un cierto período de tiempo”

El mercado forma un proceso económico de producción en el cual intervienen individuos o instituciones cuyo fin principal es la satisfacción de necesidades. El mercado ha sido definido como “el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio”. (ERROSA, 2004)

2.1.1. PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción pormenorizada del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario. (MORA, 2004)

2.1.2. PRODUCTO SECUNDARIO

Aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de materia prima. Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios. (MORA, 2004)

2.1.3. MERCADO DEMANDANTE

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado. (MORA, 2004)

2.1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA (CLIENTES)

Análisis de la demanda tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficas definidas, de individuos o entidades organizadas que son consumidores actuales o potenciales del bien o servicio que se planea ofrecer. (ERROSA, 2004)

2.1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA (COMPETENCIA)

Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran. (MORA, 2004)

2.1.6. BALANCE DEMANDA -OFERTA

Todas las decisiones de inversión ya sea de reemplazo, o adquisición de redes, estarán basadas, en primera instancia, en que la demanda de servicios sea mayor que la oferta actual y pronosticada de los mismos. (MORA, 2004)

2.1.7. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio provenientes de su unidad productiva al consumidor o usuario en las condiciones óptimas de lugar y tiempo. (MORA, 2004).

- **Productor-Usuario:** cuando el productor vende directamente al usuario.
- **Productor-Distribuidor industrial:** Se utiliza cuando el productor no puede cubrir personalmente diferentes mercados.

2.2. ESTUDIO TÉCNICO

“Determina los requerimientos empresariales en función al tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos”. (Urbina, 2010)

2.2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

2.2.1.1. TAMAÑO DE LA PLANTA

Considera su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

- **Capacidad Teórica.**

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, el rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, que componen el medio ambiente en el que se instala. (MORA, 2004)

- **Capacidad Instalada.**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la

demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. (MORA, 2004)

- **Capacidad Utilizada.**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. (MORA, 2004)

- **Reservas.**

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción. (MORA, 2004)

- **Capacidad Financiera.**

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante las condiciones económicas, financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o medianamente crédito, para ello es de vital importancia conocer el mercado financiero. (MORA, 2004)

- **Capacidad Administrativa.**

Al igual que en el campo financiero, para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el talento humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. (MORA, 2004)

2.2.1.2. LOCALIZACIÓN.

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y

constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado. (MORA, 2004)

- **Micro localización.**

En este punto y apoyados preferentemente en la representación geográfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en la cual se implementara la empresa dentro de un mercado local. (MORA, 2004)

- **Macro localización.**

Tiene la relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (MORA, 2004)

- **Factores de Localización**

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, como: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables para el mercado hacia el cual está orientado el producto. (MORA, 2004)

2.2.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción o el desarrollo del servicio óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos. (MORA, 2004)

- **Componente Tecnológico.**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio. (MORA, 2004)

- **Infraestructura Física.**

Es todo proceso de fabricación o de prestación de servicios que se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar. (MORA, 2004)

- **Distribución en planta.**

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador. (MORA, 2004)

- **Proceso de Producción.**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o el servicio, etc. (MORA, 2004)

- **Diseño del producto.**

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él, para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencia de los demandantes.

- **Flujograma de Procesos**

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. (MORA, 2004)

2.2.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL. (ORGANIZATIVA EMPRESARIAL)

2.2.3.1. Estructura Organizativa

2.2.3.1.1. Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos

- **Acta constitutiva:** es el documento certificador de la conformación legal de la empresa en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La razón social o denominación:** es el nombre bajo el cual la empresa opera, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.
- **Domicilio:** toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicara en caso de requerir los clientes u otra persona natural o jurídica.
- **Objeto de la sociedad:** al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social:** debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicie sus operaciones la nueva empresa y la forma como esta se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los

resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo opera.

- **Administradores:** ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o a una persona que será quien responda por las acciones de la misma

2.2.3.1.2. Estructura Empresarial

Se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

La jerarquía podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa.

- **Nivel legislativo-directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan la políticas y reglamentos bajo los cuales opera, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomara el nombre de junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido.

- **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el gerente administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo directo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico.

- **Nivel de apoyo**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directamente con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación Directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

Organigramas. (Estructural, Funcional y Posicional)

Son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

Manuales. (Manual de Funciones)

Consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. (MORA, 2004)

2.3. ESTUDIO FINANCIERO

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión, la forma de cómo financiarlo y el análisis de costos para conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarlo”.

2.3.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

2.3.1.1. *INVERSIONES*

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. (CHAIN, 2011), entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido
- Activo circulante o Capital de trabajo

2.3.1.2. *FINANCIAMIENTO*

Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

- **Capital Propio.**-Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.
- **Capital Ajeno.**-Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

2.3.2. ANÁLISIS DE COSTOS

- **Costos de Producción o Fabricación:** Los costos de producción están todos por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos. **Costos de Operación:** comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.
- **Costo Total de Producción:** la determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.
- **Costo Unitario de Producción:** En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos:

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

- **CUP=** Costo unitario de producción
- **CTP=** Costo total de producción
- **NUP=** Número de unidades producidas

2.3.3. ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad para ello existen dos métodos:

- **Método Rígido:** denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinada.

$$\text{PVP} = \text{CT} + \text{MU}$$

- **Método Flexible:** toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado.

2.3.4. CLASIFICACIÓN DE COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables.

- **Costos Fijos:** representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.
- **Costos Variables:** son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

2.3.5. PRESUPUESTO PROYECTADO

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá.

2.3.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los costos financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos con las principales

operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

2.3.7. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es un punto de balance entre ingresos y egresos, denominado como punto muerto porque no hay pérdida ni ganancias; Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio. (Urbina, 2010)

- **Punto de Equilibrio en Función de la Capacidad Instalada.**-Permite conocer el porcentaje mínimo de la capacidad instalada que debe trabajar la empresa para producir, permite obtener sus ventas al nivel de ingresos que cubran los costos.
- **Punto de Equilibrio en Función de la Producción.**-Permite conocer el número de unidades que se debe producir y comercializar en un precio determinado para obtener ingresos en los cuales pueda cubrirse los costos.

2.4. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

2.4.1. Evaluación Financiera

“Permite demostrar que la inversión propuesta será o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos”. Los criterios más utilizados son:

- Valor Actual neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad

- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Periodo de Recuperación de Capital
- Para poder determinar estos indicadores primero se determina el Flujo de Caja.

2.4.1.1. Flujo de Caja

“Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior. (Rodrigo, 2005)

2.4.1.2. Valor Actual Neto

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos a través de la vida útil del proyecto.

- Si el VAN es positivo se acepta la inversión
- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir es indiferente
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión

Formula

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de Flujos Netos} - \text{Inversión}$$

2.4.2. Tasa de Retorno (TIR)

Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo de los ingresos provenientes del proyecto.

- Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- Si la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
- Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

Formula

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right)$$

2.4.3. Análisis de Sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente formula:

% de variación

$$As = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

Nueva tasa de retorno

- **Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.**

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

- **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.**

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

- **Se calcula el porcentaje de variación.**

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

- Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \% V / NTIR$$

2.4.4. Relación Costo – Beneficio

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

- $B/C > 1$ Se debe ejecutar el proyecto
- $B/C = 1$ Es indiferente ejecutar el proyecto
- $B/C < 1$ Se debe realizar el proyecto

Formula

$$R B/C = \frac{\text{IngresosActualizados}}{\text{EgresosActualizados}}$$

2.4.5. Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros.

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

3. MATERIALES

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron los siguientes materiales:

- Útiles de oficina
- Equipos de oficina
- Equipos de computación

4. MÉTODOS

Los métodos de investigación constituyen el camino para llegar al conocimiento científico; son un procedimiento o conjunto de procedimientos que sirven de instrumento para alcanzar los fines de la investigación. Los distintos métodos de investigación son aproximaciones para la recogida y el análisis de datos que conducirán a unas conclusiones, de las cuales podrán derivarse unas decisiones o implicaciones para la práctica.

4.1. Método Inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. Este método sirvió como base importante en la aplicación de las encuestas las que arrojaron la información que sirvió para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas o familias y poder llevar a cabo el estudio de mercado y

que previamente se aplicaron mediante la obtención de la muestra del segmento poblacional.

4.2. Método Deductivo

En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y se utilizó instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares. Este método fue de gran ayuda para recolectar información que se utilizó en la revisión literaria mediante información bibliográfica y virtual de los diferentes ítems que comprende el proyecto de factibilidad.

4.3. Método Analítico

Este método se lo utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se hará un proceso descriptivo – analítico, el cual permitirá analizar e interpretar la situación actual de la ropa para mascotas caninas de raza pequeña, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

5. TÉCNICAS

Son las herramientas o técnicas que se manipulan para obtener información y para llevar a cabo una investigación o estudio determinado. Conforme a lo que se desea estudiar o investigar, sus características, sus propiedades y factores.

Esta técnica se utilizó para recoger información necesaria de los demandantes para conocer los gustos y preferencias del segmento poblacional en estudio de la ciudad de Piñas.

5.1. Técnica de la encuesta:

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. Esta técnica permitió elaborar un cuestionario, que se aplicó a las familias de la ciudad de Piñas que en el año 2015 será de 4.161.

6. TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra, es un subconjunto del número total de unidades definidas como población, en referencia a la cual estableceremos siempre nuestros resultados.

6.1. Población

Es el conjunto de individuos de la misma especie que habita una extensión determinada en un momento dado.

6.2. Proceso De Muestreo

6.2.1. Tamaño Del Universo

Según datos obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) del año 2010 los habitantes de la ciudad de Piñas son de 15.517 entre hombres y mujeres con una tasa de crecimiento del 1.88%.

HABITANTES (URBANA) DE LA CIUDAD DE PIÑAS	
AÑO	HIBITANTES
2010	15.517

Fuente: INEC

6.2.2. Proyección De La Población

Para el cálculo del tamaño de la muestra, primeramente se proyectó la población de 15.517 habitantes en base a la tasa de crecimiento poblacional de 1,88% proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

$$P_o = P(1 + r)^n$$

Pf=	Población Final =?
Po=	Población Inicial = 15.517
1=	Constante = 1
R=	Tasa de Crecimiento = 1.88%
n=	Número de Años = 5
e=	Error Experimental = 5% = 0.05
N-1=	Factor de Corrección

$$P = \frac{Pf}{N}$$

$$P = \frac{15.809}{4}$$

$$P = 3.952 \text{ familias}$$

- **Po=** 15.517(1+0.0188) ^1
- **Po =** 15.517 (1.0188)^1
- **Po = 15.809 Población en el año 2010**

La población en familias es de 3.952 para el año 2010 que comprenden a la ciudad de Piñas.

$$P = \frac{Pf}{N}$$

$$P = \frac{17.031}{4}$$

$$P = 4.258 \text{ familias}$$

$$Po = P(1 + i)^n$$

- $Po = 15.517(1 + 0,0188)^5$
- $Po = 15.517(1.0188)^5$
- $Po = 15.517(1.098)$
- $Po = 17.031$ aÑO 2015

La población proyectada para el año 2015 es de **4.258** familias que comprenden a la ciudad de Piñas. Una vez proyectada la población, se procedió a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, mediante la siguiente formula:

DATOS:

n=	Tamaño de la Muestra =?
N=	Población = 4.258 familias
P=	Probabilidad de Éxito= 50% = 0.50
Q=	Probabilidad de Fracaso= 50% = 0.50
Z=	Nivel de Confianza = 95% = 1.96
e=	Error Experimental = 5% = 0.05
N-1=	Factor de Corrección

FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(4.258)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(4.258-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(4.258)(0.25)}{(0.0025)(4.257) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{4.089,38}{10.64 + 0.96}$$

$$n = \frac{4.089,38}{11.60}$$

$$n = 353 \text{ encuestas}$$

De la población proyectada que es la Ciudad de Piñas se aplicara 353 encuesta para el año 2015.

6.2.3. Procedimiento

Según datos obtenidos de la aplicación de la técnica, se aplicó 353 encuestas en la ciudad de Piñas, Cantón Piñas, Provincia de el Oro.

- Primeramente a través de la técnica de la encuesta se determinó tanto a los demandantes, oferentes y plan de comercialización atreves de cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación.
- Seguidamente se procederá a realizar el análisis del tamaño y localización óptimo del proyecto, considerando los factores que influyen para el efecto; así mismo se realizara o se establecerá el análisis de la ingeniería del proyecto considerando aspectos como: el componente tecnológico, el proceso productivo, el flujograma de procesos, entre otros; y se presentara

una propuesta de la estructura orgánico funcional de la empresa objeto de estudio.

- Posterior a ello se hará un estudio económico financiero para determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa; así mismo se procederá a elaborar en base a esta información los presupuestos de ingresos y gastos.
- Una vez obtenido este conjunto de información se procede a realizar los cálculos de los indicadores financieros como son: VAN, TIR, Análisis de Sensibilidad, R/B-C, P.R.C, etc. los mismos que se los realiza en base al flujo de caja.
- Por último se determinan las conclusiones y las recomendaciones respectivamente.

f. RESULTADOS

TABULACIÓN, DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTON PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIÓN

Cuadro N°1

1. ¿En su hogar cuenta con una mascota?

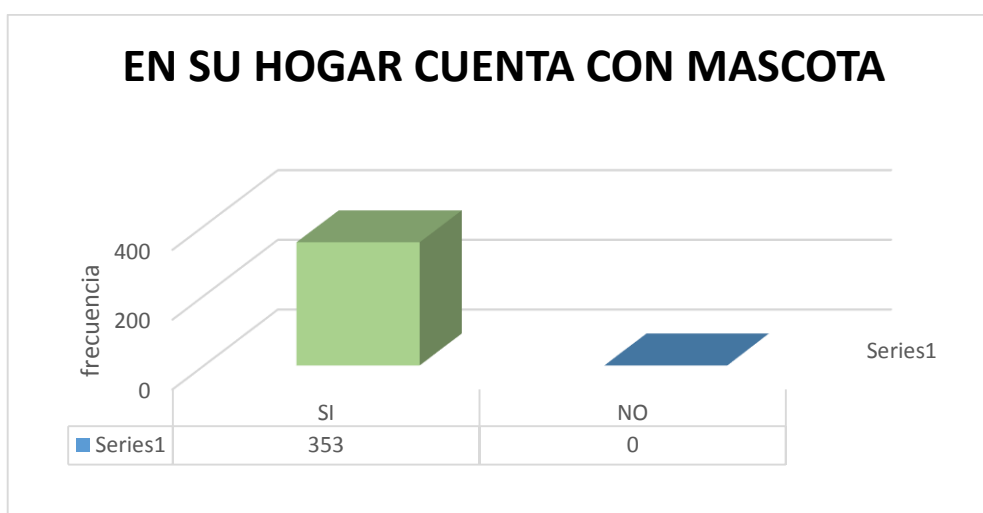
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	353	100%
NO	0	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos decir que el 100% de las familias encuestadas cuentan con mascota en casa. A demás podemos decir que las 353 familias tienen una mascota, esto es una gran ventaja para nosotros ya que nuestro producto está dirigido a las familias que tienes mascotas caninas.

Grafico N°1



Cuadro N°2

2. ¿Qué tipo de mascota tiene?

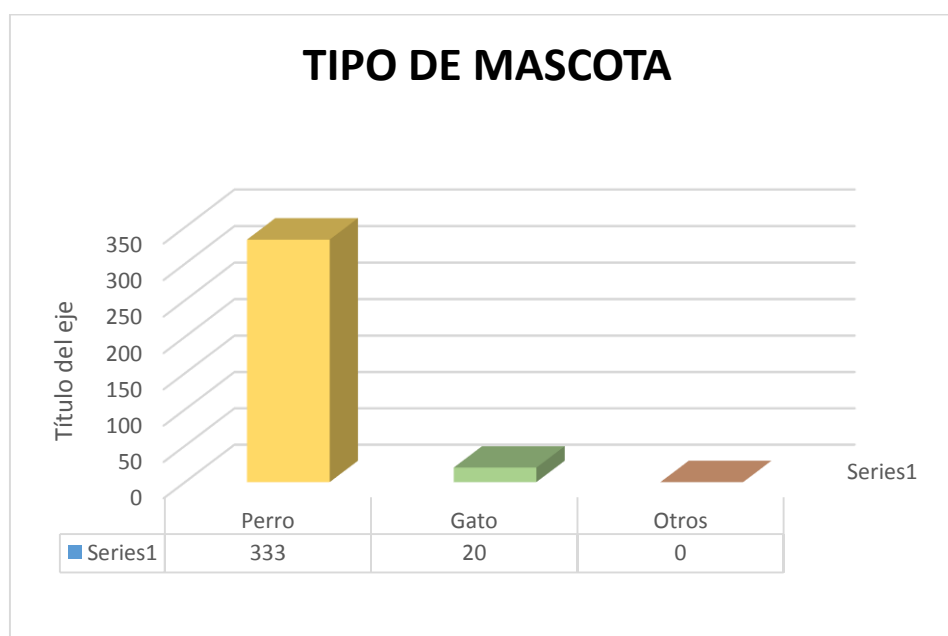
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Perro	332	94%
Gato	21	6%
Otros	0	0%
TOTAL	353	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos decir que el 94% de las familias tienen un perro como mascota y el 6% tiene un gato, esto nos da un total del 100%. Podemos constatar que de las 352 encuestas aplicadas, las familias optaron por perro dándonos 333 encuestas y el resto de familias escogieron un gato dando un total de 20 encuestas, esto no va ayudando a conocer nuestra segmentación de mercado y a quien va a estar dirigido nuestro producto.

Grafico N°2



Cuadro N°3

3. Si usted contesto que posee como mascota un perro ¿De qué tamaño es?

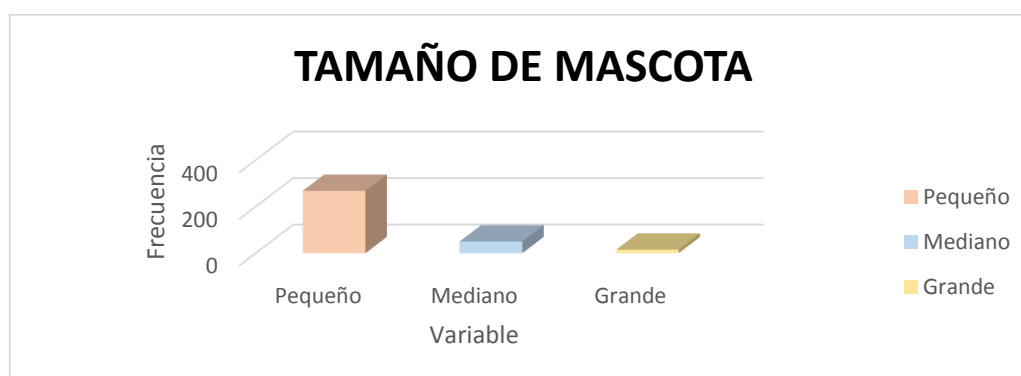
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Pequeño	268	80%
Mediano	50	15%
Grande	16	5%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos decir el 80% de las familias tienen mascotas caninas pequeñas y el 15% tienen mascotas medianas y por ultimo mascota grande tiene un porcentaje de 5% dándonos un total del 100% de encuestados, además de todo esto nos da como resultado que tiene 268 familias mascota pequeña , 50 tienen mascotas medianas y por ultimo mascota grande tienen 15 familias dándonos un total en la frecuencia de 333 encuestas puedo decir que mi proyecto si puede ser factible ya que 333 familias poseen mascotas domesticas de raza pequeña lo cual me va a permitir posicionarnos en el mercado meta que nos propusimos porque nuestro producto se proyecta a las familias con mascota.

Grafico N°3



Cuadro N°4

4. ¿Qué es lo que habitualmente le compra a su mascota?

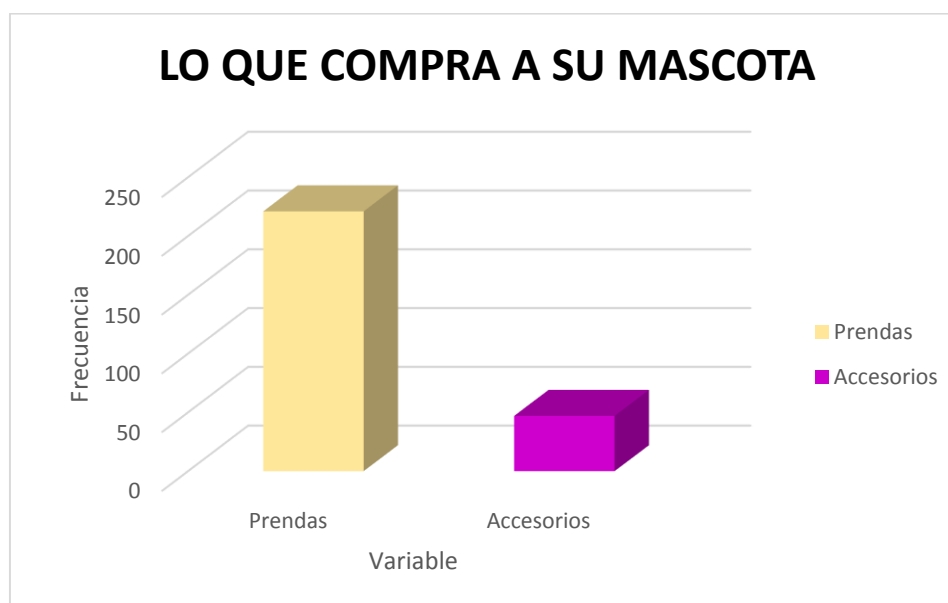
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Ropa	221	82%
Accesorios	47	18%
TOTAL	268	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

El 82% de las familias habitualmente les compran a sus mascotas ropa o prendas mientras que un 18% las familias les ofrecen accesorios, esto quiere decir que las familias habitualmente les compran ropa o prendas ya que se puede observar en la tabla con una frecuencia de 221 encuestas mientras que pocas familias compran accesorios ya que solo 47 familias contestaron que compran accesorios, esto nos va ayudar a conocer las exigencias de los posibles clientes que vamos a tener en la empresa.

Grafico N°4



Cuadro N°5

5. ¿Si le compra ropa que cantidad y con qué frecuencia lo realiza?

Variable	Frecuencia	X	Total Anual
Ropa			
Mensual	13	12	156
Trimestral	39	4	156
Semestral	157	2	314
Anual	12	1	12
TOTAL	221		638

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

FÓRMULA

$$\text{Consumo Promedio Año} = \frac{\text{Total Anual}}{N}$$

$$\text{Consumo Promedio Año} = \frac{(638,00)}{221}$$

$$\text{Consumo Promedio Año} = 3 \text{ Prendas o Ropa}$$

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos confirmar que las familias compran más de una vez ropa para sus mascotas ya que realizan Mensualmente 13 veces dándonos al año un total de 156; Trimestral 39 con un total de anual de 156; Semestralmente 157 veces dándonos un total al año de 314; y por ultimo tenemos Anualmente que realizan sus compras 12 dándonos un total de 12, esto no da una gran ventaja en el mercado ya que se tiene un consumo anual de 3 prendas esto es muy bueno ya que en este mercado no existe mucha competencia que ofrezca este servicio.

Cuadro N°6

6. ¿Cuál es el costo promedio que paga por la ropa?

Precio	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
4,00-5,99	26	4,995	129,87	12
6,00-7,99	135	6,995	944,33	61
8,00-9,99	34	8,995	305,83	15
10,00-11,99	26	10,995	285,87	12
TOTAL	221		1.665,90	100

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

FÓRMULA

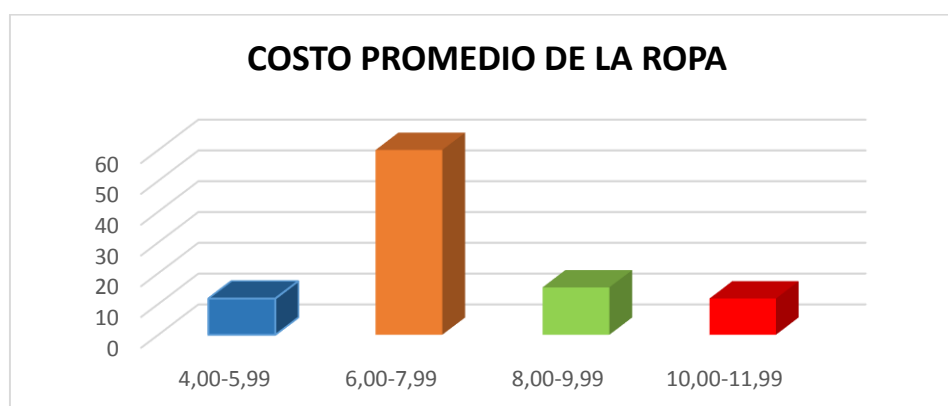
$$\text{Costo Promedio} = \frac{\sum F(XM)}{N}$$

$$\text{Costo Promedio} = \frac{(1.665,90)}{221}$$

Costo Promedio = \$7,54 Costo por cada Prenda o Ropa

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos decir que el 60% de las familias encuestadas pagan un costo promedio por cada prenda ya que nos da un valor entre \$6,00 a \$7,99. Las familias pagan un promedio razonable de \$7,54 por la ropa para sus mascotas.

Grafico N°6



Cuadro N°7

7. ¿Dónde adquiere la ropa?

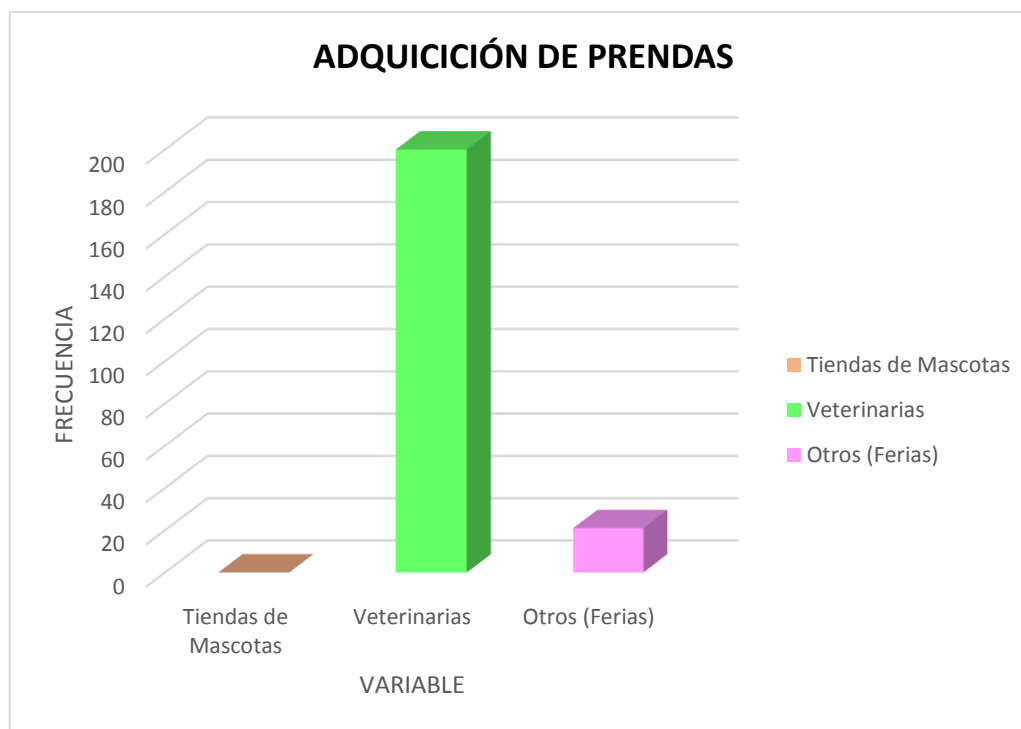
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Tiendas de Mascotas	0	0%
Veterinarias	200	90%
Otros (Ferias)	21	10%
TOTAL	221	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo con los resultados obtenidos podemos decir que las familias optan por comprar en veterinarias ya que es lo que nos supieron manifestar esto nos dio un porcentaje del 90% con una frecuencia de 200, esto nos da una gran ventaja ya que el mercado al que estamos enfocando no existe competencia con respecto a la confección y comercialización de ropa para mascotas caninas en la ciudad.

Grafico N°7



Cuadro N°8

8. Si se creara una empresa en la Ciudad de Piñas que confeccione ropa para mascotas caninas de raza pequeña ¿Estaría dispuesto a utilizar nuestro servicio?

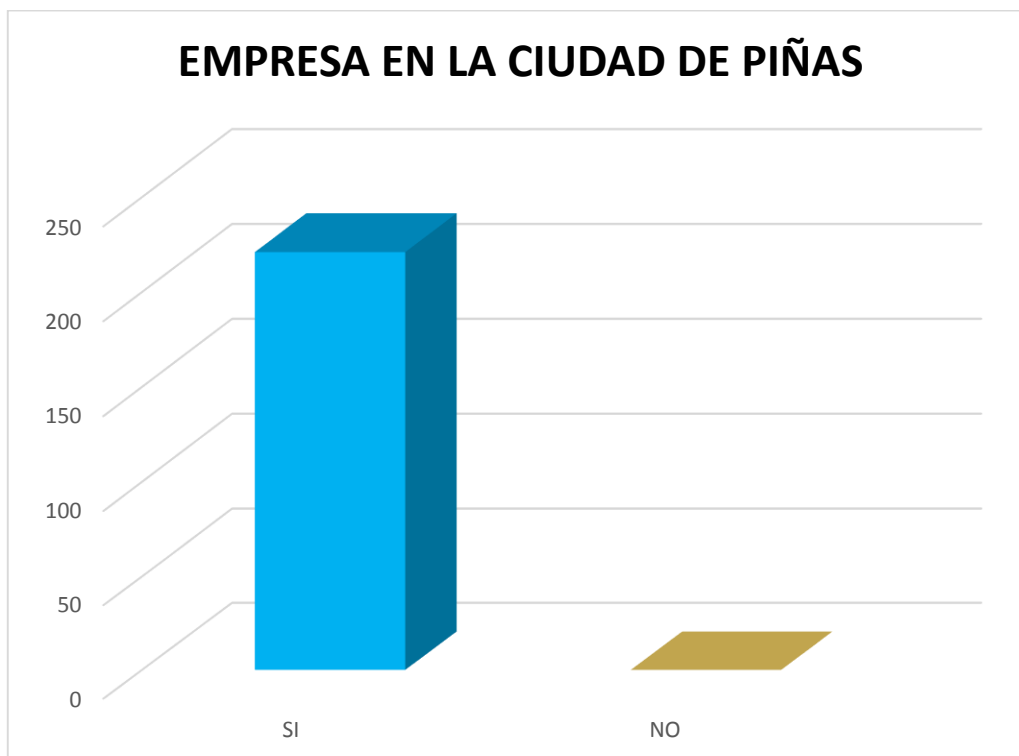
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	221	100%
NO	0	0%
TOTAL	221	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a lo resultados obtenidos podemos decir que el 100% de encuestados optarían por utilizar nuestro servicio esto nos da como frecuencia un total de 221 esto quiere decir que las familias si estarían dispuestos a utilizar nuestro servicio.

Grafico N°8



Cuadro N°9

9. Le gustaría que esta empresa le ofrezca la siguiente ropa como es:

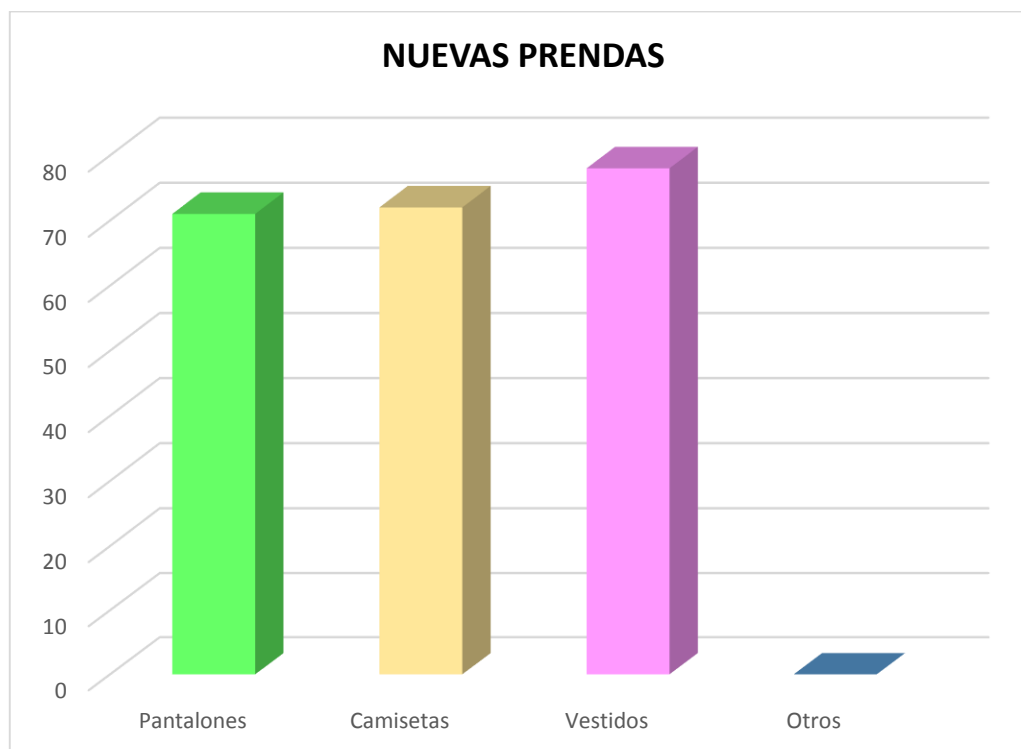
PRENDAS	FRECUENCIA	PORSENTAJE
Pantalones	71	32%
Camisetas	72	33%
Vestidos	78	35%
Otros	0	0%
TOTAL	221	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que 220 familias optan prendas o ropa como son: pantalones, camisetas y vestidos; dándonos un porcentaje de 100%, por lo tanto podemos decir que esto nos ayuda a conocer los gustos y preferencias de nuestros posible clientes.

Grafico N°9



Cuadro N°10

10. ¿Cómo le gustaría que se le oferte el servicio?

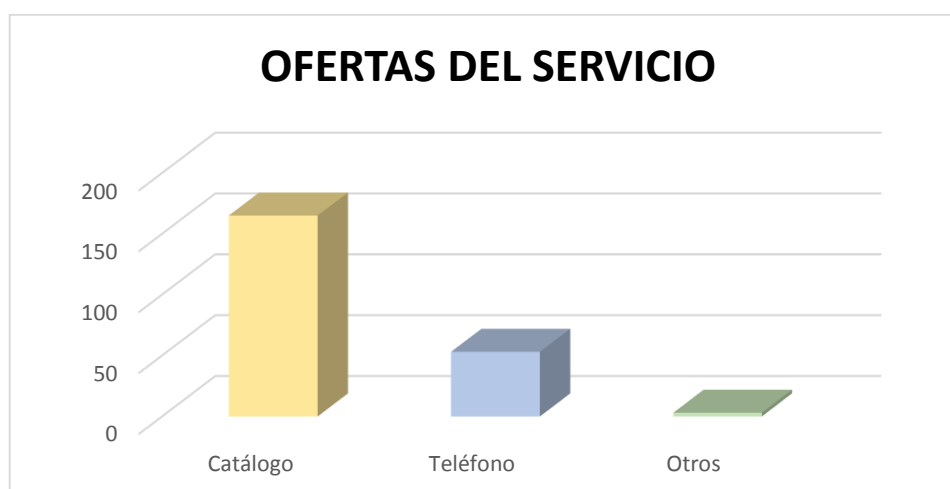
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Catálogo	165	75%
Teléfono	53	24%
Otros	3	1%
TOTAL	221	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que las familias quieren que el servicio se les oferte por catálogo ya que nos da un valor de 165 encuestas con un porcentaje de 75% y le sigue por teléfono que tiene una frecuencia de 53 con un porcentaje de 24% y otros tiene un porcentaje de 1% con una frecuencia de 3 encuestados. Por lo tanto podemos decir que a las familias les gustaría que se les oferte el servicio por medio de catálogo esto nos ayudará a que por medio de imágenes o fotografías puedan conocer los modelos de ropa que la nueva empresa va a ofrecer.

Grafico N°10



Cuadro N°11

11. ¿Cómo le gustaría que se promocioe la nueva unidad productiva?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Bonos	54	24%
Descuentos	167	76%
Otros	0	0%
TOTAL	220	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que la nueva unidad productiva obtuvo en descuentos 76%, en bonos 24 % y otros obtuvieron un 0% dándonos un total de 100%. Por lo tanto podemos decir que a las familias les gustaría que la nueva unidad productiva de promocioe por medio de descuentos, esto nos ayudara a saber cómo quieren nuestro clientes que se los promocioen al momento de comprar nuestros productos.

Grafico N°11



Cuadro N°12

12. ¿Por qué medio de publicidad desearía que se le haga conocer la existencia de la empresa?

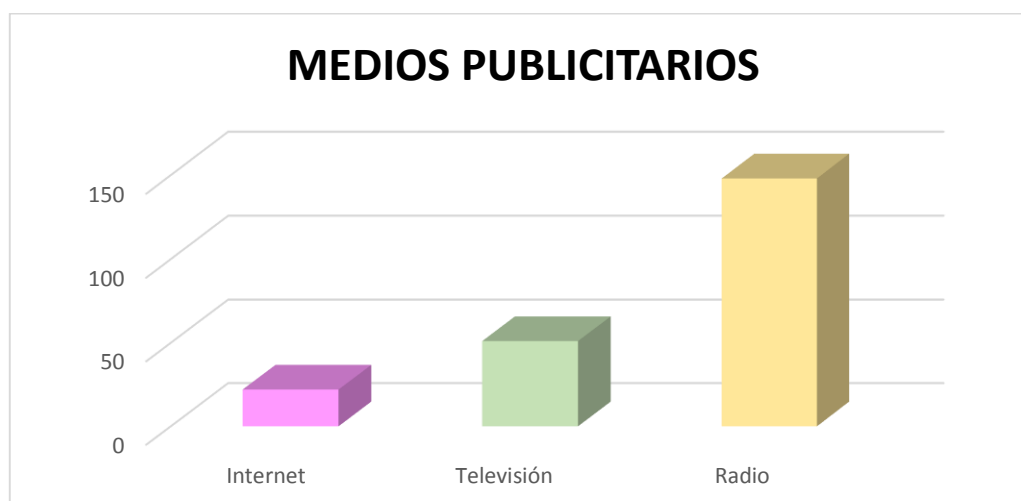
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Internet	22	10%
Televisión	51	23%
Radio	148	67%
TOTAL	221	100%

Fuente: Encuesta a Familias

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a las encuestas podemos decir que la nueva unidad productiva obtuvo en medios publicitarios, en primer lugar la radio ya que tiene una frecuencia de 148 dándonos como porcentaje (67%), en internet se tiene 22 en la frecuencia con un porcentaje de (10%) y en televisión 51 dándonos un porcentaje de (23%) todo esto nos da un total de 100%. Por lo tanto podemos decir que las familias desearían que la publicidad se dé a conocer por medio de la radio ya que es el medio que más sintonizan las familias de la ciudad de Piñas.

Grafico N°12



g. DISCUSIÓN

7. ESTUDIO DE MERCADO

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y el precio. (Padilla, 2011).

7.1. Objetivos de Estudio de Mercado

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio. (Padilla, 2011)
- Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verifiquen que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción. (Padilla, 2011)
- Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización. (Padilla, 2011)

7.2. Producto Principal

Es la descripción pormenorizada del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características. (MORA, 2004).

Nuestro producto es la Elaboración y Comercialización de Ropa para Mascotas Caninas de Raza Pequeña. Como pueden ver en las imágenes nuestro producto está

dirigido a las familias que poseen mascotas caninas de raza pequeña, y los productos que se ofrecerán son los siguientes: pantalones, camisetas (machos) y vestidos (hembras) de varios colores.

PRODUCTO PRINCIPAL



7.3. Producto Secundario

Aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita. Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios. (MORA, 2004). En este caso el producto secundario serían los accesorios que se pueden elaborar con los residuos de tela como por ejemplo: moños, vinchas, etc.

7.4. Mercado Demandante

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc. (MORA, 2004). Nuestro producto está dirigido a las familias de la ciudad de Piñas, Cantón Piñas, Provincia de el Oro.

7.5. ANALISIS DE LA DEMANDA

7.5.1. Demanda

Rosenberg, J. M. define a la demanda como la “voluntad y capacidad para adquirir bienes y servicios. Cantidad de un bien que se desea comprar a un precio determinado en un momento concreto”. (Rosenberg, J. M. 2007). La demanda de ropa y se refiere a la compra del producto por parte de las familias de la ciudad el cual se espera mejore los hábitos al momento de adquirir una prenda para la mascota. Una vez realizada la investigación de campo a través de encuestas, se procede al cálculo del promedio de compra de ropa para mascotas domesticas de raza pequeña, como se muestra en los siguientes cuadros:

Cuadro N°13

Demandantes Potenciales

Años	Población	Familias	Familias con Mascota	Demandantes Potenciales (Mascotas Pequeñas)
	1,88%	4	94%	80%
0	17.031	4.258	4.002	3.202
1	17.351	4.338	4.078	3.262
2	17.677	4.419	4.154	3.323
3	18.010	4.502	4.232	3.386
4	18.348	4.587	4.312	3.449
5	18.693	4.673	4.393	3.514

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que en la ciudad de Piñas existen 4.258 familias con mascotas y con un porcentaje de 94% mientras que para el último

año van a existir 4.673 familias con mascotas. De esta manera se proyecta la demanda potencial que este a su vez tiene una tasa de 80% de acuerdo con el tipo de mascota que tienen las familias de la ciudad de Piñas dándonos una demanda potencial de 3.202 en el año cero y para el año cinco tendremos 3.514.

Cuadro N°14

Demandantes Reales

Años	Demandantes Potenciales (Mascotas Pequeñas)	Demandantes Reales
	80%	82%
0	3.202	2.625
1	3.262	2.675
2	3.323	2.725
3	3.386	2.776
4	3.449	2.829
5	3.514	2.882

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que la demanda real es del 82% dándonos en el año cero un valor de 2.625. De esta manera se puede apreciar que la demanda real para el último año es de 2.882.

Cuadro N°15

Demandantes Efectivos

Años	Demandantes Reales	Demandantes Efectivos
	82%	100%
0	2.625	2.625
1	2.675	2.675

2	2.725	2.725
3	2.776	2.776
4	2.829	2.829
5	2.882	2.882

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo con la información obtenida podemos decir que la demanda efectiva del producto es de 2.625 en el año cero, de esta misma manera podemos observar que para el quinto año se tendrá 2.882 en demanda efectiva.

Cuadro N°16

Consumo Promedio al Año

Años	Demanda Efectiva	Consumo Promedio
	100%	
0	2.625	3
1	2.675	3
2	2.725	3
3	2.776	3
4	2.829	3
5	2.882	3

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que existe un consumo promedio en cada año de 3 veces que realizan las familias compras de ropa para mascotas de raza pequeña. De esta manera se puede decir que si existe un consumo moderado por parte de las mismas.

Cuadro N°17

Demanda Proyectada

Años	Demandantes Efectivos	Consumo Promedio	Demanda Proyectada
	100%		
0	2.625	3	7.876
1	2.675	3	8.025
2	2.725	3	8.175
3	2.776	3	8.329
4	2.829	3	8.486
5	2.882	3	8.645

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que con el método utilizado, se proyecta una demanda de 7.876 en el año cero mientras que para el último año se espera una demanda proyectada de 8.329. De esta manera se puede decir que si existe un demanda proyectada para los próximos años.

7.6. ANALISIS DE LA OFERTA

7.6.1. Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes (TODO INGENIERIA INDUSTRIAL, 2014).

7.6.1.1. Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de las familias.

Cuadro N°18

Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	7.876	0	7.876
1	8.025	0	8.025
2	8.175	0	8.175
3	8.329	0	8.329
4	8.486	0	8.486
5	8.645	0	8.645

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo con los datos obtenidos se puede decir que la demanda insatisfecha es de 7.876 unidades de producto.

7.7. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Es el conjunto de actividades realizadas por la empresa para lograr que el bien o servicio que ofrece esté al alcance de los consumidores. La función de la comercialización se realiza integralmente cuando se efectúa la venta. El cierre de la venta indica que se ha logrado el propósito de la comercialización.

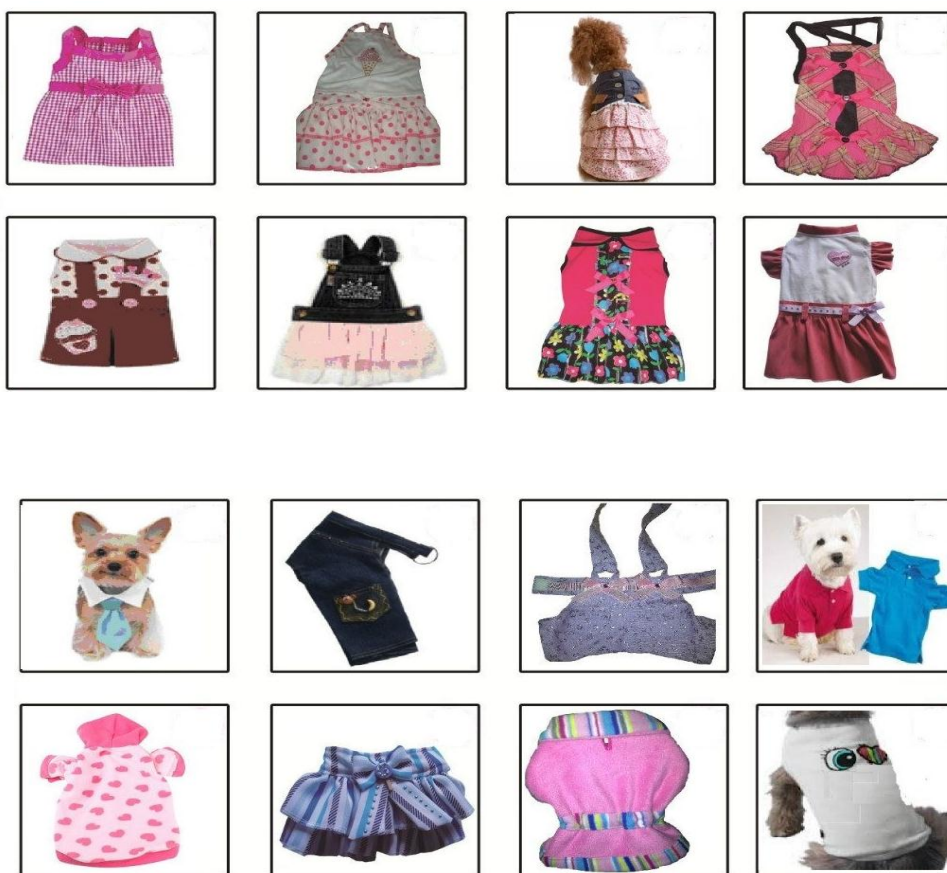
Dentro del plan de comercialización se encuentran los siguientes aspectos como son:



7.7.1. Producto

Para que la empresa pueda cumplir sus objetivos planteados es necesario plantear una mezcla óptima de líneas de productos para que se ofrezcan a los clientes, en este caso los productos que ofrecerá la empresa son ropa para mascotas caninas como son: pantalones, camisetas y vestidos de todos los colores.

PRENDAS PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA



- **Nombre de la Empresa**

El nombre comercial que se ha escogido para la empresa es “**CLOTHES ÍAN**”, debido a que el producto que se ofrecerá en el mercado conjuga la moda de ropa con las mascotas caninas.

- **Slogan**

Conjunto breve de palabras combinadas para generar una imagen en la mente del consumidor. El slogan del producto es:



“Mientras tengas una mascota como amigo cuídalo, amalo y protégelo así que vístelo con las mejores prendas para que tu mascota cambie su estilo de vida”.

- **Logotipo**

Parte gráfica de marca que puede ser un diseño, símbolo o colores. El logotipo que identificara a las prendas para mascotas caninas que se espera crear está compuesto por el texto que incluye la marca **CLOTHES IAN**, que fusiona dos expresiones con las cuales se quiere dar a conocer la empresa y lo que ofrecerá:

Empresa “CLOTHES IAN”

Cía. Unipersonal Ltda.



7.7.2. Precio

Para que la empresa tenga éxito es muy importante ofrecer los productos al mejor precio. Esto significa que las prendas mantendrán el precio de la competencia y también de acuerdo al costo de producción, es decir cada prenda tendrá un valor de **\$6,00 a \$8,00.**



7.7.3. Plaza

El canal de comercialización a utilizarse será directo, es decir de la empresa al consumidor final.



7.7.4. Comercialización y Distribución

Para lograr los objetivos propuestos, es necesario implementar sistemas de distribución agresivos, el cual como ya se dijo anteriormente estará basado en la distribución y comercialización y se lo realizara de la siguiente manera.

- **Directa**, se venderá la ropa en la empresa.



- **Indirecta**, será entregado a intermediarios como veterinarias, tiendas o supermercados y ellos a su vez venderán el producto al consumidor final.



7.7.5. Promociones y Publicidad

Las estrategias de publicidad y promoción, son técnicas y medios que se puede utilizar la empresa para poder potenciar la venta y el posicionamiento de la marca y los productos de esta.

- Según las encuestas realizadas a las familias, ellas desearían que se realice descuentos al momento de efectuar la compra de ropa para sus mascotas.

**POR LA COMPRA DE NUESTRAS
PRENDAS RECIBE**



- Del mismo modo la empresa se dará a conocer por medio de radio ya que este medio es el más utilizado por las familias encuestadas.

CUÑA RADIAL
“EMPRESA CLOTHES ÍAN
CÍA. UNIPERSONAL
LTDA”



8. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar las funciones de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o servicio. Este determina la cantidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, donde se puede definir. (Padilla, 2011)

8.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

8.1.1. TAMAÑO

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento” (Rojas, 2007). Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. (Padilla, 2011). Se representa tres tipos de capacidad.

- **Capacidad Teórica.**-Que corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio. (Padilla, 2011)

El componente tecnológico que va a utilizar la nueva unidad productiva es una máquina de coser, cuenta con un diseño simple, compacto y muy conveniente para la operación del equipo y precisión, instalación y fácil ajustes, mantenimientos etc.

- **Capacidad Instalada.**-Que corresponde al nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente. (Padilla, 2011).

Cuadro N°19

Capacidad Instalada

Capacidad Prod. Horas	24 horas Diarias	Producción Diaria	Días por Año	Producción Anual
3	24	72	365	26.280

Fuente: Propuesta del Investigador

Elaboración: Rebeca Loja

Para la confección de las prendas se trabajará con una obrera o diseñadora para operar la maquinaria consideramos que produce 3 prendas por hora y se trabajara 24 horas todo esto nos dará una producción al día de 72 prendas, y por los 365 días del año la maquinaria producirá 26.280 prendas anuales.

- **Capacidad Utilizada.**-Es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y venta, durante un tiempo determinado. (Padilla, 2011).

Cuadro N°20

Capacidad Utilizada

Capacidad Prod. Horas	8 horas Diarias	Producción Diaria	Días por Año	Producción Anual
3	8	24	261	6.264
3	8	24	261	6.264
3	8	24	261	6.264
3	8	24	261	6.264
3	8	24	261	6.264

Fuente: Propuesta del Investigador

Elaboración: Rebeca Loja

Para la confección de las prendas se trabajará con una obrera o diseñadora para operar la maquinaria consideramos que produce 3 prendas por hora y se trabajara 8 horas diarias todo esto nos dará una producción al día de 24 prendas, y por los 261 días del año la maquinaria producirá 6.264 todo esto se realizara en transcurso de la vida útil del proyecto.

Cuadro N°21

Determinación % de la Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	% Capacidad Utilizada
1	26.280	6.264	23,84%
2	26.280	6.264	23,84%
3	26.280	6.264	23,84%
4	26.280	6.264	23,84%
5	26.280	6.264	23,84%

Fuente: Propuesta del Investigador

Elaboración: Rebeca Loja

De acuerdo a los datos podemos decir que el porcentaje de capacidad utilizada este es igual a la capacidad utilizada 6.264 multiplicado por 100 y dividido para la capacidad instalada 26.280 todo esto nos da como resultado 23,84% de capacidad utilizada de la maquinaria. Por lo tanto podemos decir que este porcentaje se lo va a utilizar en los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro N°22

Participación en el Mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Producción a Ofertar de Ropa	% de Participación Mercado
1	7.876	6.264,00	79,53
2	8.025	6.264,00	78,06
3	8.175	6.264,00	76,62
4	8.329	6.264,00	75,21
5	8.486	6.264,00	73,82

Fuente: Propuesta del Investigador

Elaboración: La Autora

De acuerdo a los datos podemos decir que la participación en el mercado se da por la demanda insatisfecha que es la producción a ofertar de 6.264 multiplicado por cien y dividido para la demanda insatisfecha que es 7.876 esto nos da como resultado 79.53% de participación en el mercado en el primer año. Por lo tanto podemos decir que este porcentaje varía dependiendo de los años que sean proyectados ya que tienen diferente demanda satisfecha.

- **Capacidad En Reserva.-** Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción. (MORA, 2004).

Cuadro N°23

Capacidad en Reserva

Años	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Capacidad en Reserva	% de Capacidad en Reserva
1	26.280	6.264	20.016	76%
2	26.280	6.264	20.016	76%
3	26.280	6.264	20.016	76%
4	26.280	6.264	20.016	76%
5	26.280	6.264	20.016	76%

Fuente: Propuesta del Investigador

Elaboración: La Autora

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que la capacidad en reserva se da restando la capacidad utilizada que es de 6.264 menos la capacidad instalada que es 26.280 dándonos un total de 20.016. Por lo tanto podemos decir que se obtendrá 76% en porcentaje de capacidad en reserva.

- **Capacidad Financiera.-** Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante las condiciones económicas, financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o medianamente crédito, para ello es de vital importancia conocer el mercado financiero. (MORA, 2004)
- **Capacidad Administrativa.-** Al igual que en el campo financiero, debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el talento humano que haga posible

el funcionamiento eficiente de la misma ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. (MORA, 2004)

Cuadro N° 24

Capacidad Administrativa

Cantidad	Profesional Administrativo	Título Profesional
1	Gerente	Ingeniero en Administración de Empresas
1	Secretaria	Título de Tercer Nivel
1	Contadora	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría

Fuente: Propuesta del Investigador

Elaboración: La Autora

8.2. LOCALIZACIÓN

Es la ubicar geográficamente o el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

- **Macro Localización**

Tiene la relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.



Factores de Localización

- **Acceso a la Materia Prima.-** Este factor determina quienes van a ser los que nos provean de la materia prima en este caso la tela para la producción de ropa para mascotas domesticas; la empresa que nos ofrecerá la materia prima es el COMERCIAL TELAS DE MARCIA, que se encuentra ubicada en la ciudad de Piñas.
- **Cercanía al Mercado.-** La Empresa se ubicara en un lugar con bastante afluencia de familias que tienen mascotas caninas pequeñas.
- **Vías de Comunicación.-**El lugar donde se va ubicar empresa si consta con vías de comunicación de primer orden ya que es un sector que está cerca del centro de la ciudad y por ende se puede encontrar lo necesario para la implementación de la empresa.

- **Servicios Básicos.**-El sector al que va a pertenecer la empresa si cuenta con servicios básicos como son: agua, luz y teléfono.
- **Recursos Humanos.**-El recurso humano que se va a utilizar para la producción de ropa o prendas para mascotas, se lo contratara en la Ciudad de Piñas.
- **Micro Localización**

En este punto se da la representación geográfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en la cual se implementara la empresa dentro de un mercado local es decir en las calles ocho de noviembre y kenedy.



8.2.1. INGENIERIA DEL PROYECTO

La finalidad, es suministrar la información técnica necesaria para realizar la evaluación económica -financiera del proyecto y no tiene el alcance requerido para su construcción o instalación.

- **Componente Tecnológico**

Consiste en determinar que maquinaria y equipos permitirán llevar a efecto el proceso productivo y que este aborde a los niveles de producción esperados.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones de mercado, pues la misma no deberá ser acorde a las necesidades del proyecto. La tecnología a utilizar para el desarrollo del presente proyecto se detalla a continuación:

Maquinaria para la Confección de Prendas para Mascotas Domesticas de Raza Pequeña será una Máquina de Coser.

GRÁFICO MÁQUINA DE COSER



La Máquina de Coser

Es el conjunto de mecanismos combinados que permiten hacer mecánicamente la mayoría de los puntos de costura y bordados, la máquina de coser tiene una capacidad de elaborar una gran cantidad de prendas, gracias a su eficiencia y eficacia. Se caracterizan como "Brazo Libre", "Doble altura de Prénsatelas", o uso de "Aguja Gemela", además tiene 13 tipos de puntada y es ideal para labores de costura básicas incluye un juego de 10 accesorios, iluminación integrada facilita el trabajo, y el asa permite moverla cómodamente y tiene las siguientes partes:

- **Porta hilo:** Parte de la máquina que sirve para ubicar el carrete del hilo.
- **Tornillo de presión:** Parte de la máquina que permite presionar el prénsatela.
- **Discos de tensión:** Parte de la máquina en forma de platillos que permiten puntada floja.
- **Palanca de tira hilo:** Parte de la máquina en forma de palanca que al tener movimiento de arriba hacia abajo permite desenrollar el hilo del cono.
- **Palanca de prénsatela:** Parte de la máquina en forma de palanca que manejada manualmente permite mover el prénsatela hacia arriba y hacia abajo.
- **Barra de aguja:** Es la parte de la máquina donde se sujeta la aguja con el tornillo de aguja.
- **Barra de prénsatela:** Es la barra que posee la máquina para sujetar el prénsatela con el tornillo.

- **Plancha corrediza:** Es la parte de la máquina que al correrse permite introducir la bobina con hilo a la caja de la bobina y cubrir el carril.

- **Infraestructura Física**

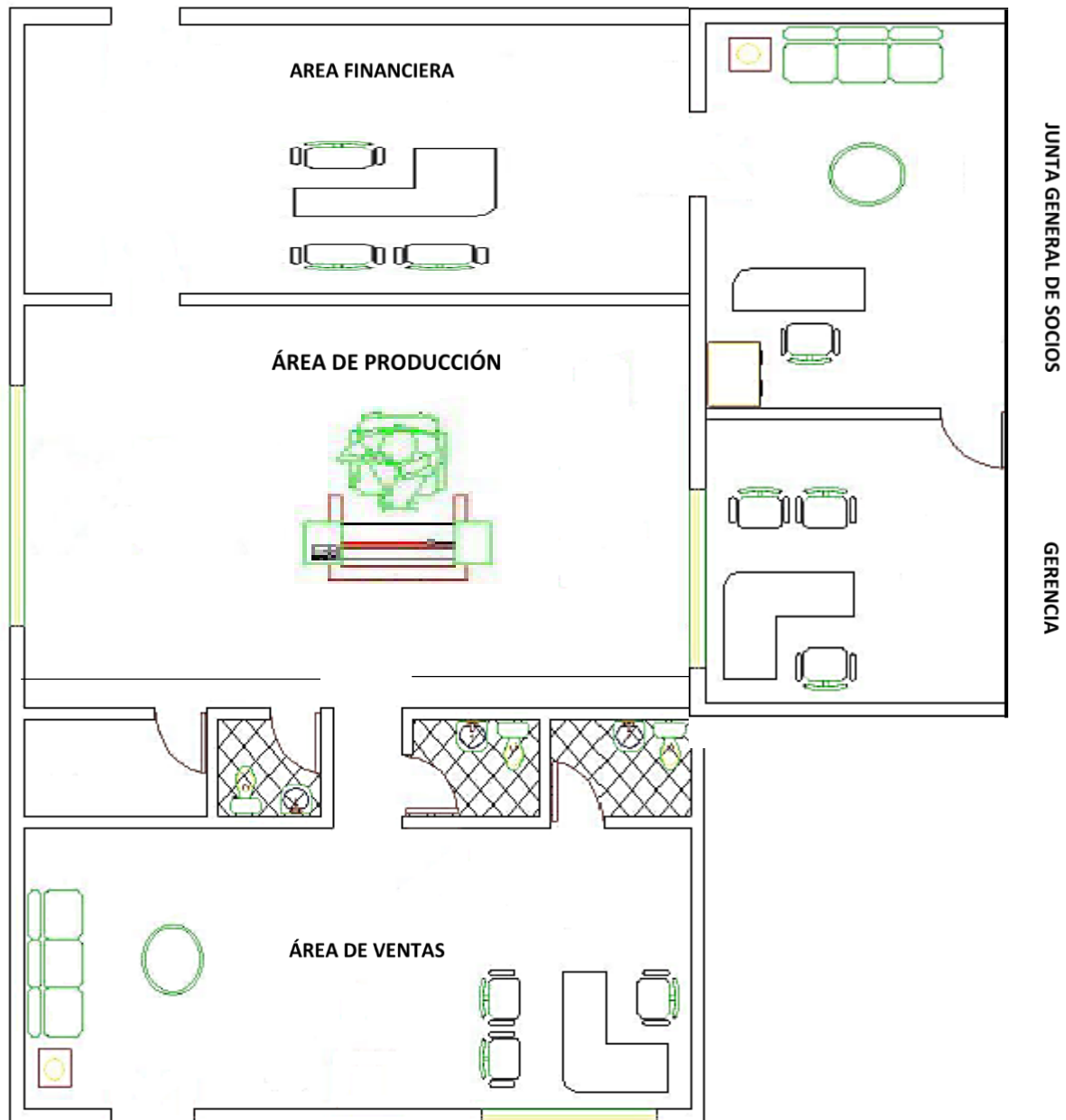
Es todo proceso de fabricación o de prestación de servicios que se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar.

- **Distribución En Planta**

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador. Para la óptima distribución de la planta se debe considerar los siguientes aspectos:

- **Control:** Todos los componentes necesarios para el proceso productivo deben permitir su control para el trabajo armónico.
- **Movilización:** Todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo libre circulación de personal sin interrumpir otras operaciones.
- **Espacio:** El espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones si no tridimensional.
- **Flexibilidad:** La distribución debe realizarse de manera que pueda ajustarse cuando las condiciones lo requieran sin obstaculizar el trabajo.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



- **Proceso De Producción**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso

aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial, para el manejo interno.

- **Recepción de Materia Prima:** En esta primera etapa del proceso de producción, se realiza la recepción de la materia prima que es suministrado por los proveedores previamente calificados y seleccionados, para la confección de las prendas
- **Selección de la Materia Prima (Tela):** En este proceso se seleccionara la tela apta para pasar al proceso de confección. Debe ser una tela suave, cómoda y de calidad.
- **Traslado de la Materia Prima (Tela):** una vez seleccionada la tela se traslada a las diseñadoras.
- **Diseño de la Prenda:** en este proceso se diseña la prenda tomando las medidas y el modelo que quieren o necesitan las mascotas.
- **Corte:** una vez diseñado el modelo se procede a cortar la tela.
- **Confección:** en este paso se utiliza la máquina de coser para confeccionar o a darle un modelo a la prenda.
- **Control de Calidad:** en este proceso se controla la calidad de las prendas para comprobar el estado del producto terminado, que se encuentre en buen estado antes de sacarlo a la venta o a su respectiva distribución.
- **Etiquetado y embalaje:** El etiquetado de las prendas será de forma manual. Se ha calculado teniendo en cuenta la destreza del operario, que pueda etiquetar las prendas. Una vez obtenido el producto terminado, se lo prepara para su distribución en el mercado.
- **Almacenado:** Se deben colocar las prendas en un lugar donde se lo pueda exhibir y a su vez puedan ser despachadas a los distintos puntos de venta.
- **Diseño Del Producto**

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él, para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del

producto debe considerarse siempre los gustos y preferencia de los demandantes, entre ellos se tiene:

- Presentación de la Prenda



- Tiempo de vida o vida útil de la prenda es de tres meses.

- **Flujograma De Procesos**

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción.

Simbología












	Actividad u Operación
	Transporte o Traslado
	Demora o Retraso
	Inspección
	Operación Combinada
	Actividad Almacenado

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

Producción de 24 prendas en 8 horas laborables que equivale a 480 minutos.

FASES	PROCESO PRODUCTIVO	INSPECCION O CONTROL	OPERACIÓN	OPERACIÓN COMBINADA	RETRASO O DEMORA	TRASLADO O TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO
								
1	Recepción de materia prima							10 min
2	Selección de la materia prima							20 min
3	Traslado de la Materia Prima							10 min
4	Diseño del Producto							40 min
5	Corte							120 min
6	Confección							240 min
7	Control de Calidad							10 min
8	Empaquetado de la Prenda							20 min
9	Almacenado del Producto							10 min
	TOTAL							480 min

8.2.2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

Toda empresa para empezar a operar con total normalidad debe cumplir específicamente con lo establecido por la ley; y la estructura organizativa debe ir en concordancia con los requerimientos básicos que exija su ejecución.

8.2.2.1. Estructura Organizativa

Base Legal

EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1. ANTECEDENTES

La compañía de confección y comercializadora de ropa para mascotas de raza pequeña se denomina “**CLOTHES IAN**”, **Cía. Unipersonal Ltda.**

1. **OBJETO.-** La Compañía se dedicará a la confección y comercialización de ropa para mascotas de raza pequeña con los más altos estándares de calidad.
2. **DURACIÓN.-** La duración es de 5 años desde el momento inscrita en el registro mercantil en el cual se promete cumplir con todo lo establecido en el reglamento.
3. **CAPITAL.-** El capital de esta Compañía será con capital propio y mediante un préstamo el cual será otorgado por el Banco Nacional de Fomento.
4. **DOMICILIO.-** La empresa se encontrara en la ciudad de Piñas, Cantón Piñas, Provincia de el Oro.

Representante Legal

El representante legal de esta compañía es la **Sñt. Luz Rebeca Loja Matailo** con número de cédula **1105584674** la misma que desempeña el cargo de Gerente-propietario.

Es dado y firmado en la ciudad de Piñas a los seis días del mes de Junio del dos mil dieciséis.

Organización de la Empresa

RAZON SOCIAL:

La razón social o nombre de nuestra empresa es. **“CLOTHES IAN”, Cía. Unipersonal Ltda.**

Estructura Empresarial

Niveles Jerárquicos: Toda empresa debe contar con una organización administrativa que le permita su clasificación mediante los niveles jerárquicos, los que acuerdan las funciones y responsabilidades asignadas al personal que trabaja dentro de ella, con el fin de alcanzar sus objetivos. Entre los niveles jerárquicos tenemos los siguientes:

- **Nivel Legislativo:** Este nivel tiene como función básica disponer sobre las políticas que debe seguir la organización, dictar reglamentos y normar los procedimientos, resoluciones, etc. Este nivel lo compone la Junta General de Socios.
- **Nivel Ejecutivo:** En este nivel el administrador será quien procederá a la toma de decisiones sobre las actividades básicas y políticas generales, debiendo ejerciendo responder su fiel cumplimiento.
- **Nivel Asesor:** Constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones jurídicas de la empresa con otras organizaciones o clientes.

- **Nivel Auxiliar:** Este nivel está constituido por la secretaria contadora, este nivel será de apoyo al nivel ejecutivo, y a su vez coordinará las actividades con los demás niveles administrativos.
- **Nivel Operativo:** Está constituido por el departamento de producción y mercadeo, los mismos que son los responsables directos de la ejecución de las actividades de la empresa.

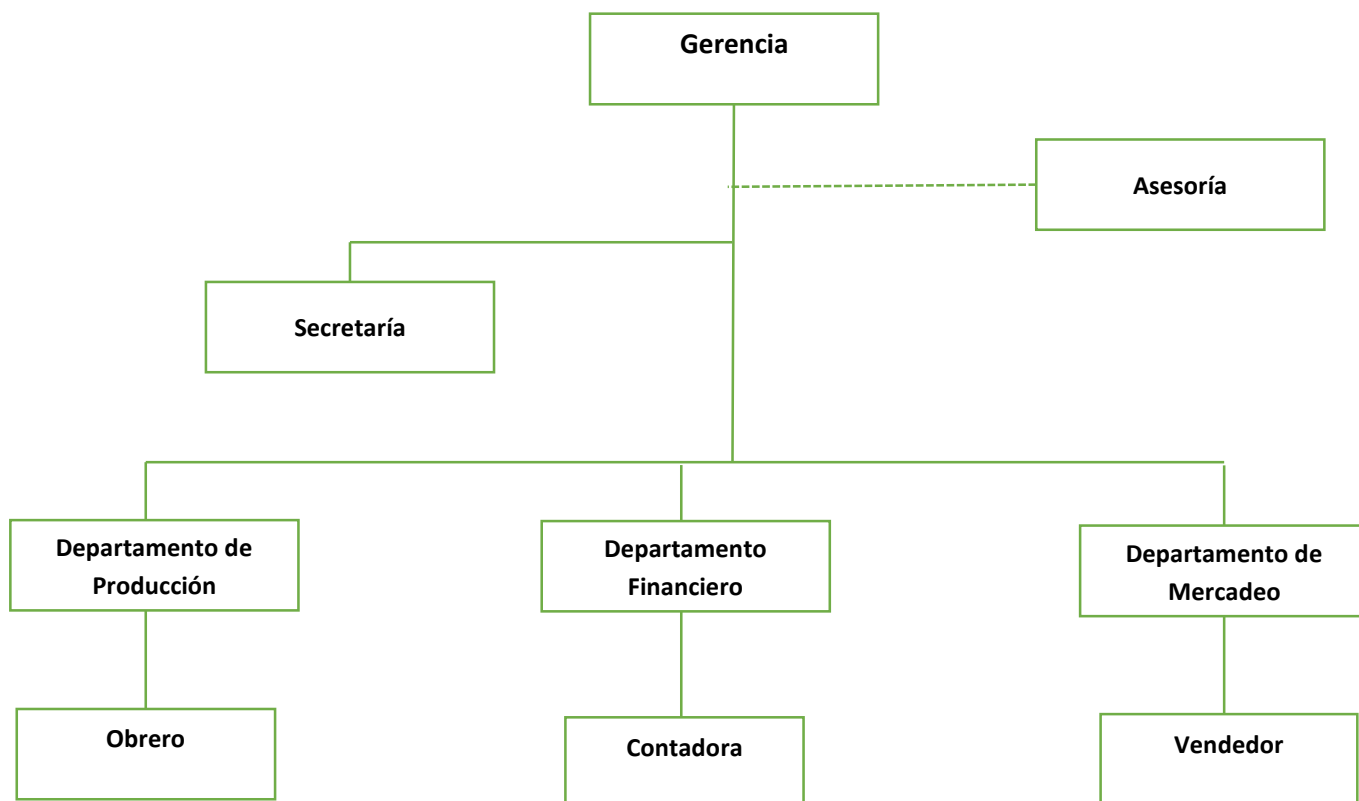
Organigramas

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

- **Organigrama Estructural:** Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa permitiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforma la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.
- **Organigrama Funcional:** En este organigrama se presenta o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa de la Empresa.
- **Organigrama Posicional:** Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/ trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos, además se indica para mayor orientación los nombres, los puestos, su remuneración, para que de esta manera sea más fácil comunicarse con dichas personas.

**"CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL
LTDA.**

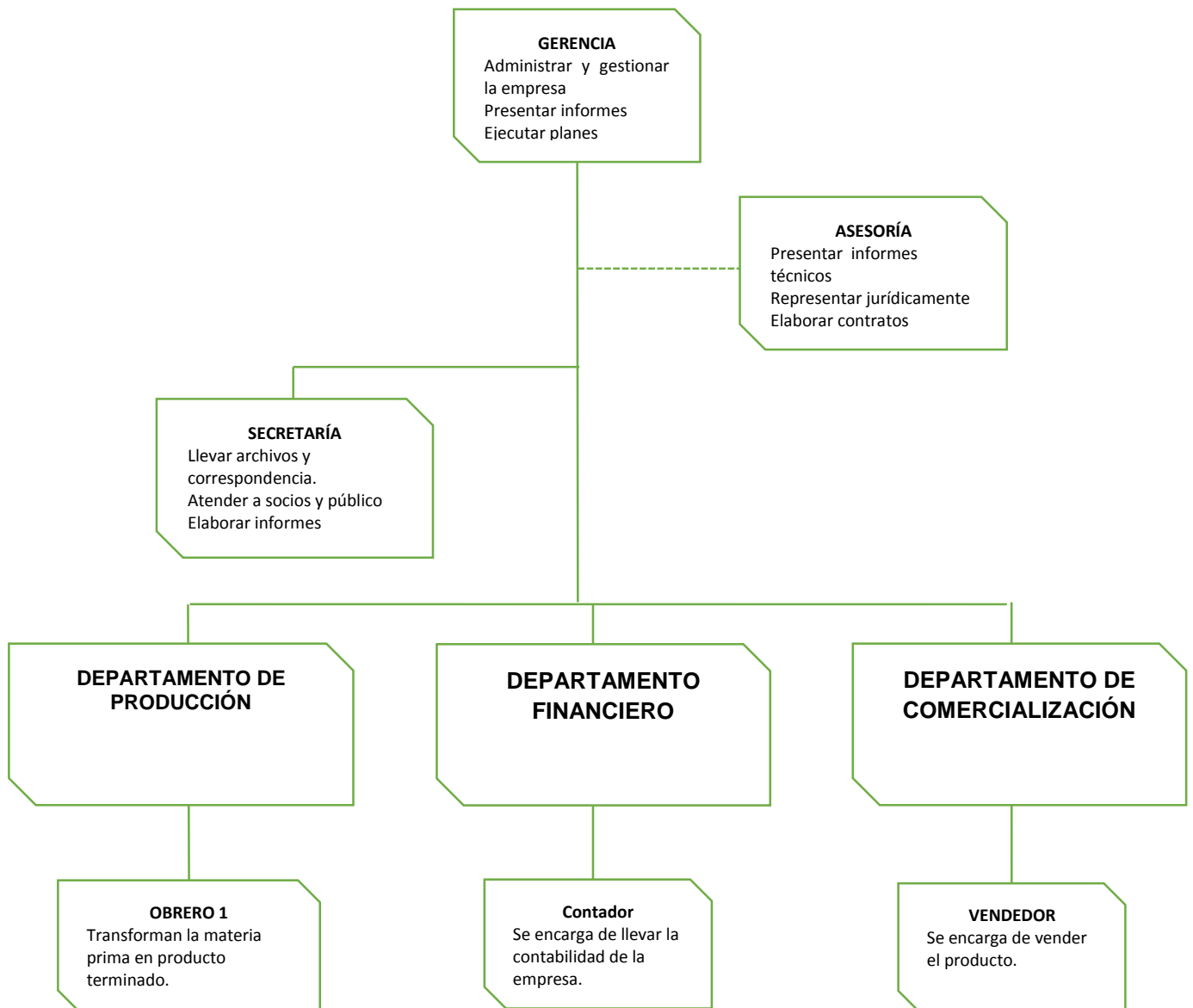
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



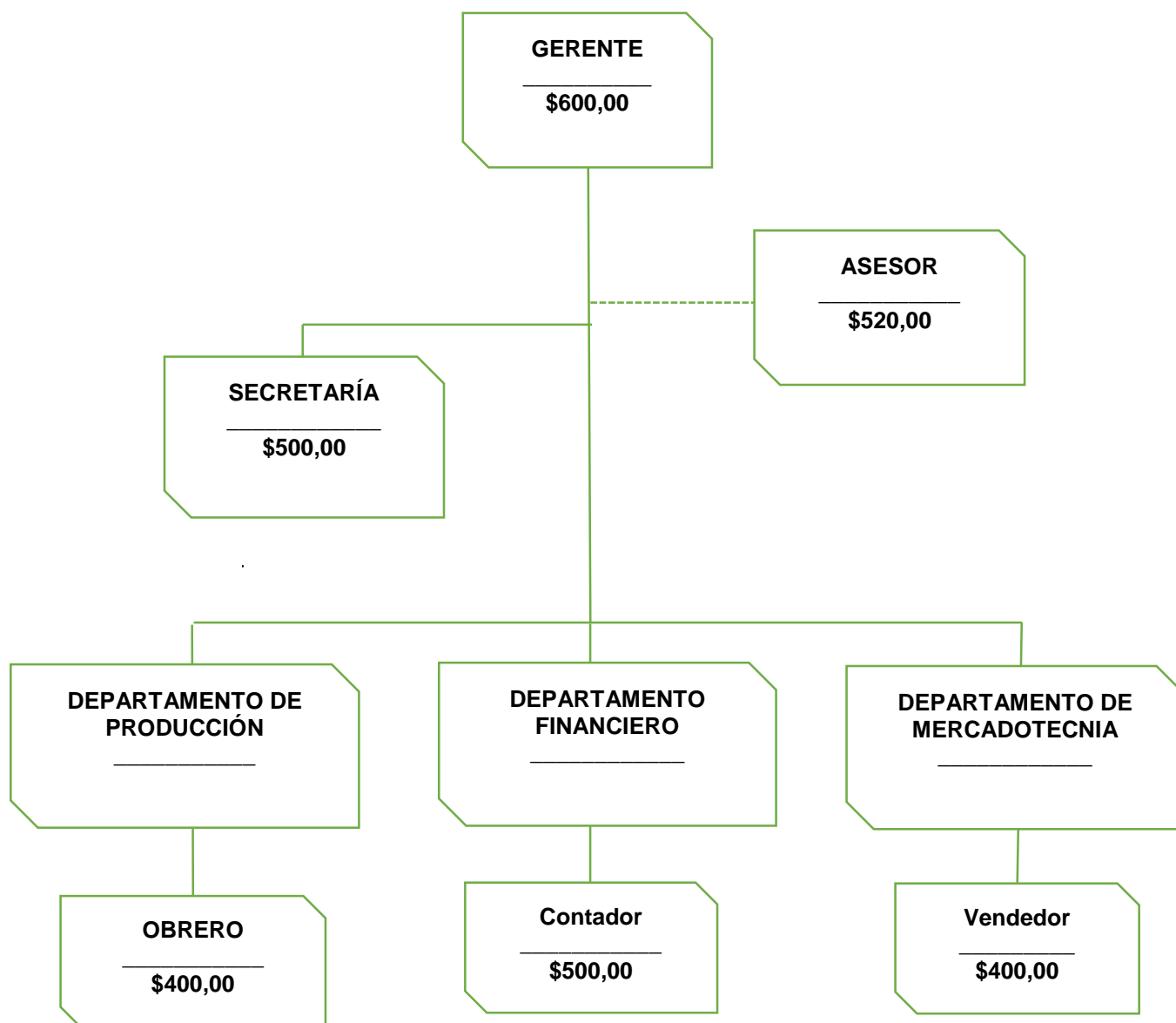
1. Nivel ejecutivo
2. Nivel asesor
3. Nivel auxiliar
4. Nivel Operativo

**"CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL
LTDA.**

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



"CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.
ORGANIGRAMA DE POSICIONAL



Manuales de Funciones

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de perfiles de cada puesto existente en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura, y tienen que mantener cierta información.

- **Relación de Dependencia:** Es una correspondencia o un vínculo entre dos o más elementos. Dependencia, por su parte, es lo que ocurre cuando algo está subordinado a otra cosa (y, por lo tanto, depende de ella).
- **Nivel Jerárquico:** Se define como la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura, las interrelaciones, obligaciones y autoridad para visualizar la agrupación detallada dentro de ella
- **Naturaleza del trabajo:** Se denomina análisis de puesto o de trabajo, el proceso de estudio, investigación e identificación de todos los componentes del puesto, desde tareas, responsabilidades y funciones hasta el establecimiento de los requisitos de capacidad que demanda su ejecución satisfactoria.
- **Requerimiento de Capacidad:** El análisis de puesto al valorar las diferentes tareas del trabajo y determinar su nivel de complejidad y dificultad, permitirá definir los requerimientos de capacidad y experiencia necesarios para desempeñar efectivamente el trabajo.

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.



TÍTULO DEL PUESTO:	GERENTE
NIVEL JERÁRQUICO:	NINGUNO
INMEDIATO SUPERIOR:	EJECUTIVO
CÓDIGO:	01.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Planificar, Organizar, Ejecutar y Controlar de las actividades generales de la empresa.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con las disposiciones otorgadas por la Junta General de Accionistas. ✓ Presenta informes en las reuniones de Junta General de Accionistas sobre la marcha y desempeño de las actividades de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El puesto, requiere de gran eficiencia, eficacia y responsabilidad. ✓ Actúa con libertad, usando su criterio para la toma de decisiones y solución de problemas relacionados con su cargo. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación: Título de Ingeniero Comercial, o en Administración 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia mínima de dos años en puestos afines. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.

TÍTULO DEL PUESTO:	ASESORÍA JURÍDICA
NIVEL JERÁRQUICO:	ASESORÍA
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
CÓDIGO:	02.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Asesorar sobre asuntos legales de la empresa.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesoramiento adecuado en materia jurídica. ✓ Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. ✓ Efectuar la defensa judicial en cualquier proceso que requiera la empresa. ✓ Asesorar al Gerente sobre cualquier asunto legal. ✓ Participar en reuniones de Junta de Socios. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El puesto requiere de conocimientos sólidos en aspectos legales, para la solución de problemas y asesoramiento. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación: Doctor en Jurisprudencia. 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un año de ejercer esta práctica profesional. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.

TÍTULO DEL PUESTO:	SECRETARÍA
NIVEL JERÁRQUICO:	AUXILIAR
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
CÓDIGO:	03
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar trabajos propios de la secretaria, y brindar el apoyo adecuado a los superiores.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar y controlar los registros contables de la empresa Elaborar los estados financieros de la empresa. ✓ Recepción y Atención al público en general. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El puesto demanda de gran eficiencia, responsabilidad y reserva en el progreso de sus funciones. ✓ Instaurar buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general y además, debe ser una persona decorosa y comprometida. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Licenciada en Contabilidad y auditoría, Contador. ✓ Tener buen aspecto y don de mando. 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dos años en puestos similares 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.



TÍTULO DEL PUESTO:	DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN
NIVEL JERÁRQUICO:	OPERATIVO
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
CÓDIGO:	04.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Cumplir con las normas de producción y seguridad de la empresa.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registrar las personas a la empresa. ✓ Realizar funciones de mantenimiento o aseo de la empresa. ✓ Mantenerse vigilante y a expectativa de los servicios básicos. ✓ Comunicar a sus superiores acontecimientos que transgredan con la seguridad de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando, y que cumple con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en Ingeniero Industrial o Ingeniero Comercial. 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mínimo dos años en la misma especialidad. ✓ Cursos de Relaciones Humanas. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.

TÍTULO DEL PUESTO:	OBRERO 1
NIVEL JERÁRQUICO:	AUXILIAR
INMEDIATO SUPERIOR:	DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN
CÓDIGO:	0.4.1.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar del correcto uso de las materias primas.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Almacenamiento de la materia prima. ✓ Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo. ✓ Evitar el desperdicio de la materia prima. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buenas relaciones humanas. 	
EDUCACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bachiller 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mínimo dos años en funciones afines. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.

TÍTULO DEL PUESTO:	DEPARTAMENTO FINANCIERO
NIVEL JERÁRQUICO:	OPERATIVO
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENCIA
CÓDIGO:	0.5.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar el correcto uso de las finanzas y evaluación financiera de la empresa.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser eficiente y eficaz en las finanzas. ✓ Trabajar en equipo con el personal bajo su cargo. ✓ Realizar eficientemente las finanzas de la empresa con responsabilidad y honradez. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buenas relaciones humanas. ✓ Amable y eficiente. ✓ Responsable en su trabajo. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en Ingeniero Comercial o Contabilidad 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mínimo dos años en funciones afines. ✓ Curso en Finanzas. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.

TÍTULO DEL PUESTO:	CONTADORA
NIVEL JERÁRQUICO:	AUXILIAR
INMEDIATO SUPERIOR:	DEPARTAMENTO FINANCIERO
CÓDIGO:	0.5.1.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Remplaza actividades de contabilidad en la empresa con responsabilidad y eficiencia.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realiza tareas contables. ✓ Analizar los informes remitidos por el director financiero. ✓ Preparar los presupuestos para el ejercicio contables de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se requiere de gran eficiencia, eficacia y responsabilidad en el desarrollo de las funciones. ✓ Tener buenas relaciones con todo el personal de la empresa. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación: Título de Ingeniero Comercial o Contabilidad. ✓ Curso en Relaciones Humanas. 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia mínima de dos años en puestos afines. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.

TÍTULO DEL PUESTO:	DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA
NIVEL JERÁRQUICO:	OPERATIVO
INMEDIATO SUPERIOR:	GERENTE
CÓDIGO:	0.6.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Dirigir y controlar las actividades que se realizan en mercadotecnia con eficiencia y eficacia.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar que realicen las actividades de ventas ✓ Mantenerse vigilante y a expectativa de los servicios básicos. ✓ Comunicar a sus superiores acontecimientos que transgredan con la seguridad de la empresa. 	
CARACTERÍSTICA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando, y que cumple con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Ingeniero Comercial 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dos años en cargos afines. ✓ Cursos de Relaciones Humanas. 	

EMPRESA "CLOTHES IAN", CÍA. UNIPERSONAL LTDA.



TÍTULO DEL PUESTO:	VENDEDOR
NIVEL JERÁRQUICO:	AUXILIAR
INMEDIATO SUPERIOR:	DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA
CÓDIGO:	0.6.1.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Su labor principal es la de vender el producto a los clientes que lo requieran, ofreciéndoles una buena atención.	
FUNCIONES BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comercializar el producto, adquiridos por los Clientes. ✓ Brindar una buena atención al cliente. 	
CARACTERÍSTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buenas relaciones humanas. ✓ Responsable de su trabajo 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mínimo dos años en funciones afines. 	
EDUCACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bachiller 	

9. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa.

9.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

9.1.1. Inversiones

Es la cantidad de dinero que se lo pone a trabajar para en un tiempo determinado obtener una utilidad o una ganancia. Se trabajará con tres clases de activos que son en donde está la inversión del proyecto. Activos fijos, diferidos y capital de trabajo, los gastos son otra clase de inversión que será necesario para poder poner en funcionamiento la nueva empresa.

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones en activos tangibles y que se constituyen en propiedad de la empresa, los mismos que son necesarios en el área administrativa, en producción y ventas. Los activos fijos están sujetos a depreciaciones, y para el presente proyecto los activos se irán detallando de la siguiente manera.

- **Maquinaria y Equipo**

Aquí agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo. Es conveniente realizar una descripción del componente tecnológico, a fin de que el inversionista conozca los elementos de que se compone la tecnología a utilizar.

El monto de la máquina de coser para la confección de ropa para mascotas de raza pequeña asciende a **\$1000,00**.

Cuadro N°25

Maquinaria y Equipo

Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor Total
1	Máquina de Coser	Unidad	1000,00	1000,00
Total:				1000,00

Fuente: J.M. Loaiza

Elaboración: La Autora

- **Muebles y enseres Área de Producción**

Comprende todos los bienes que se necesitan para la confección de las prendas.

Es todo el mobiliario que se van a utilizar en la empresa para el normal

funcionamiento de la misma esto asciende a un valor de **\$300,00**.

Cuadro N°26

Muebles y Enseres

Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor Total
1	Mesa para Producción.	Unidad	300,00	300,00
Total:				300,00

Fuente: Mobiliaria (Comercial Toro)

Elaboración: La Autora

- **Equipos de Oficina**

En equipo de oficina se necesita una calculadora, con el fin de brindar una mejor atención al cliente. El total en equipo de oficina asciende **\$100,00**.

Cuadro N°27

Equipos de Oficina

Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor Total
1	Sumadora	Unidad	100,00	100,0
Tota:				100,00

Fuente: Moder Compiuder

Elaboración: La Autora

- **Herramientas**

Las herramientas se las van a utilizar en la confección de prendas para mascotas y tienen un valor de **\$25,00**.

Cuadro N°28

Herramientas

Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor Total
1	Juego de Tijeras	Unidad	15,00	15,00
1	Juego de Reglas	Unidad	10,00	10,00
Total:				25,00

Fuente: Librería Don Quijote

Elaboración: La Autora

- **Equipo de Computación**

Es una herramienta indispensable para realizar las actividades administrativas de la empresa, este equipo nos permitirá minimizar costos y tiempo para maximizar rendimientos. En equipo de computación se invertirá un total de **\$1000,00** en la compra del mismo ya que serán de gran beneficio para la empresa.

Cuadro N°29

Equipo de Computación

Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor Total
1	Computadora HP	Unidad	1000,00	1000,00
Total:				1000,00

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

- **Muebles y enseres Área Administrativa**

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas. Es todo el mobiliario que se van a utilizar en la empresa para el normal funcionamiento de la misma esto asciende a un valor de \$ 500,00.

Cuadro N°30
Muebles y Enseres

Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Precio Unitario	Valor Total
2	Juegos de Escritorio	Unidad	250,00	500,00
Total:				500,00

Fuente: Mueblería (Comercial Toro)

Elaboración: La Autora

Cuadro N°31

Resumen de Activos Fijos

CANTIDAD	RUBRO	PARCIAL
ACTIVOS FIJOS		
1	Maquinaria Y Equipo	1.000,00
1	Muebles Y Enseres del Área de Producción	300,00
1	Equipo De Oficina	100,00
1	Herramientas	25,00
1	Computadora	1.000,00
2	Muebles y Enseres del Área Administrativa	500,00
Total:		2.925,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos desembolsos que se deben realizar para operar normalmente y garantizar la estabilidad de la empresa. Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

ESTUDIO PRELIMINAR

Egreso que se realiza por los estudios para determinar la factibilidad del proyecto, el monto asciende a **\$480,00**.

Cuadro N° 32
Estudio Preliminar

Cantidad	Descripción	Valor U.	V. Total
1	Estudio de Mercado	160,00	160,00
1	Estudio Técnico	100,00	100,00
1	Estudio Administrativo-Legal	80,00	80,00
1	Estudio Financiero	80,00	80,00
1	Evaluación Financiera	60,00	60,00
TOTAL			480,00

Fuente: Instituciones públicas y empresas privadas de asesoría de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora.

- **Constitución de la Empresa**

Trámites para la adopción de la personalidad jurídica, el monto asciende a **\$200,00**.

Cuadro N° 33

Constitución de la Empresa

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	V. Total
1	Gastos de Organización.	50,00	50,00
1	Constitución Legal	150,00	150,00
TOTAL			200,00

Fuente: Instituciones públicas y empresas privadas de asesoría de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

- **Permisos De Funcionamiento**

Es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de cualquier actividad económica con o sin fines de lucro en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma, el monto asciende a **\$85,00**.

Cuadro N° 34
Permiso de Funcionamiento

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	V. Total
1	Permiso de funcionamiento y patente	40,00	40,00
1	Cuerpo de bomberos	30,00	30,00
1	Registro Sanitario	15,00	15,00
TOTAL			85,00

Fuente: Instituciones públicas y empresas privadas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora.

- **Adecuaciones**

Adecuar es acomodar una cosa corporal o incorporal respecto de otra, hacerla compatible. Es similar a la adaptación, que es un término casi sinónimo, aunque la adaptación serían los cambios que deben hacerse en la cosa que debe adecuarse para que sean compatibles, o para permitir su supervivencia, el monto asciende a **\$158,75**.

Cuadro N° 35

Adecuaciones

Área	Tipo de Construcción	Precio por m2	Total m2	Precio Total
Producción	Instalaciones eléctricas	5	11,60	58,00
	Adecuación y pintura	5		58,00
Administrativa	Acabados	5	8,55	42,00
TOTAL				158,75

Fuente: DISENSA

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 36

Resumen Activos Diferidos

RUBRO	Parcial
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio Preliminar	480,00
Constitución de la Empresa	200,00
Permisos de Funcionamiento	85,00
Adecuaciones	158,75
Total:	923.75

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Es la parte de las inversiones que se destina para resolver los costos de producción y de operación al inicio del funcionamiento del proyecto; es el dinero que se dispone para trabajar y en función del mismo proceder a realizar la rotación de inventarios.

COSTO PRODUCTO O SERVICIOS.- Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

COSTO PRIMO.- el costo primo es el resultado de sumar la materia prima y el costo de la mano de obra directa.

- **Materia Prima Directa**

Es el elemento, material e insumo que se utiliza para la transformación de un producto, este o no acabado y forma parte del rubro en donde se concentra las denominadas cargas fabriles, el monto asciende a **\$100,00**.

**Cuadro N° 37
Materia Prima Directa**

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio / Unit.	Valor Total
8	Rollos de 100 metros	Tela Polietileno	70,00	560,00
8	Rollos de 100 metros	Tela Camiseta	80,00	640,00
Total Anual				1.200,00
Total Mensual				100,00

Fuente: Comercial Aguilar

Elaboración: La Autora.

- **Mano De Obra Directa**

La mano de obra directa es el costo de mano de obra directamente atribuible a las unidades de los productos elaborados por la organización. Es el costo de los jornales para los trabajadores responsables de fabricar los productos acabados a partir de materias primas, el monto asciende a **\$515,27**.

**Cuadro N° 38
Mano de Obra Directa**

Cargo	Sueldo Básico	Décimo 3er	Décimo 4to	Aporte Patronal (IESS) 12,15%	Total a Pagar
Obrero	400,00	33,33	33,33	43,01	515,27
N° DE OBREROS					1
TOTAL MENSUAL					515,27
TOTAL ANUAL					6.183,20

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto.

- **Materia Prima Indirecta**

La materia prima indirecta, son todos los materiales incluidos en la elaboración de un producto que no se consideran directos, el monto asciende a **\$112,00**.

Cuadro N° 39

Materia Prima Indirecta

Cantidad	Descripción	U. de Medida	Precio Unitario	Precio Total
16	Paquete de Hilos	100 Unidades	3,00	48,00
8	Paquete de Cierres	100 Unidades	3,25	26,00
8	Paquete de Botones	100 Unidades	1,50	12,00
26	Paquete de Fundas	100 Unidades	1,00	26,00
TOTAL MENSUAL				112,00
TOTAL ANUAL				1.344,00

Fuente: Comercial Aguilar

Elaboración: La Autora

COSTOS DE OPERACIÓN

Gastos Administrativos

- **Sueldos y Salarios del Personal Administrativo**

Son los empleados que no tiene contacto directo con el proceso productivo, pero están en los puestos administrativos, el monto asciende a **\$1.382,82**.

Cuadro N° 40

Sueldos Administrativos

Cargo	Sueldo Básico	XII Tercero	XV Cuarto	Ap. Patronal (IESS) 12.15%	Total a Pagar
Gerente	600,00	50,00	28,75	72,9	751,65
Secretaria Contadora	500,00	41,67	28,75	60,75	631,17
Total Mensual					1.382,82
Total Anual					16.593,80

Elaboración: La Autora

- **Arriendo**

Se llama arrendamiento a la cesión, adquisición del uso o aprovechamiento temporal, ya sea de cosas, obras, servicios, a cambio de un valor, el monto asciende a **\$ 200,00**.

Cuadro N° 41

Arriendo

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Local	200,00	200,00
TOTAL MENSUAL			200,00
TOTAL ANUAL			2400,00

Fuente: Arrendataria de Local

Elaboración: La Autora

- **Servicios básicos para el área administrativa.**

Lo constituyen todos los recursos básicos e indispensables para el buen funcionamiento de las oficinas, el monto asciende **\$67,20**.

Cuadro N° 42

Servicios Básicos

Cantidad	Descripción	U. de Medida	Precio Unitario	Mensual	Anual
90	Energía Eléctrica	Kw	0,16	14,40	172,80
30	Agua Potable	m3	0,16	4,80	57,60
400	Teléfono	Minutos	0,12	48,00	576,00
TOTAL				67,20	806,40

Fuente: EERSA, CNT, Unidad Municipal de Agua Potable.

Elaboración: La Autora.

- **Útiles de oficina**

Constituyen los materiales y útiles que se emplean en la empresa. El monto asciende a: \$25,55.

Cuadro N° 43

Útiles de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Grapadora	1	3,00	3,00
Grapas	1	0,30	0,30
Resmas de papel	1	4,50	4,50
Caja de borradores	1	2,50	2,50
Caja de esferos	1	3,00	3,00
Caja de lápiz	1	2,50	2,50
Caja de Clips	1	1,00	1,00
Sello	1	8,00	8,00
Cuaderno	1	0,75	0,75
TOTAL MENSUAL:			25,55
TOTAL ANUAL:			306,60

Fuente: Librería Don Quijote

Elaboración: La Autora

- **Utensilios de limpieza.**

Estos permiten realizar la limpieza de las instalaciones de toda la empresa, el monto asciende a **\$10.00**.

Cuadro N°44

Utensilios de Limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Trapeador	1	1,50	1,50
Escobas	1	1,00	1,00
Basureros	3	2,00	6,00
Recogedores	1	1,50	1,50
Total Mensual:			10,00
Total Anual:			120,00

Fuente: PiKa

Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTA

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

Como ejemplo se citan: fletes, sueldos y Comisiones de vendedores.

- **Publicidad**

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda, el monto asciende a **\$300,00**

Cuadro N° 45

Publicidad

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Publicidad Radio	5 cuñas semanales de 30 seg.	30	10,00	300,00
TOTAL MENSUAL				300,00
TOTAL ANUAL				3.600,00

Fuente: Radio Lluvia 97.5 FM

Elaboración: La Autora

- **Embalaje**

El embalaje nos ayuda para empaquetar el producto al momento que llega al cliente y el monto asciende a **\$30,00**.

Cuadro N° 46

Embalaje

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Embalaje	Fundas 100 Unidades	26	4,00	30,00
TOTAL MENSUAL				30,00
TOTAL ANUAL				360,00

Fuente: Centro Comercial

Elaboración: La Autora

- **Etiquetas**

La "**etiqueta**" es una parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente. El monto asciende a **\$18,00**.

Cuadro N° 47

Etiquetas

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Etiquetas o Logotipos	1000 Unidades	3	6,00	18,00
TOTAL MENSUAL				18,00
TOTAL ANUAL				216,00

Fuente: Imprenta Sánchez

Elaboración: La Autora

- **Gastos Transporte**

Los gastos de transporte son los costos incurridos por el envío de productos desde el productor o el distribuidor hasta un cliente o consumidor. Algunos proveedores ofrecen un envío gratis como parte de la promoción de bienes. El monto asciende a **\$37,50**.

Cuadro N° 48

Gastos de Transporte

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Gasto de Transporte	Viajes en Taxi	30	1,25	37,50
TOTAL MENSUAL				37,50
TOTAL ANUAL				450,00

Fuente: Cooperativa América (Transporte Camionetas)

Elaboración: La Autora

Cuadro N°49

Resumen de Capital de Trabajo

RUBRO	MENSUAL	ANUAL
COSTO PRIMO		
Materia prima directa	100,00	1.200,00
Mano de obra directa	515,27	6.183,20
COSTOS INDIRECTOS		
Materia Prima Indirecta	112,00	1.344,00
COSTOS OPERATIVOS		
Sueldos y Salarios Adm.	1.382,82	16.593,80
Arriendo	200,00	2.400,00
Energía eléctrica	14,40	172,80
Agua potable	4,80	57,60
Servicio telefónico	48,00	576,00
Útiles de oficina	25,55	306,60
Utensilios de Limpieza	10,00	120,00
GASTOS DE VENTAS		
Publicidad Radio	300,00	3.600,00
Embalaje	30,00	360,00
Etiquetas o Logotipos	18,00	216,00
Gasto de Transporte	37,50	450,00
TOTAL	2.798,33	33.580,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN

A continuación se detalla el cuadro de resumen de la inversión en el cual consta el de activos fijos con un monto de **\$ 2.92500** de activos diferidos un monto de **\$923.75** y capital de trabajo que nos da un valor de **\$2.798,33**. Obteniendo como resultado el monto de inversión para el presente proyecto la cantidad de **\$6.647,08**

**Cuadro N°50
RESUMEN DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo	1000,00
Muebles y Enseres de Área de Producción	300,00
Equipo de Oficina	100,00
Herramientas	25,00
Computadora	1000,00
Muebles y Enseres de Área Administrativa	500,00
TOTAL:	2.925,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios Preliminares	480,00
Constitución de la Empresa	200,00
Permisos de Funcionamiento	85,00
Adecuaciones	158,75
TOTAL:	923,75
CAPITAL DE TRABAJO	
COSTO PRIMO	
Materia Prima Directa	100,00
Mano de Obra Directa	515,27
COSTOS INDIRECTOS	
Materia Prima Indirecta	112,00
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	727,27
COSTOS OPERATIVOS	
Remuneraciones Administrativas	1382,82
Arriendo de Local	200,00
Energía Eléctrica	14,40
Agua Potable	4,80
Servicio Telefónico	48,00
Útiles de Oficina	25,55
Utensilios de Limpieza	10,00
GASTOS DE VENTA	
Publicidad	300,00
Embalaje	30,00
Etiquetas o Logotipos	18,00
Gasto de Transporte	37,50
TOTAL DE COSTOS OPERATIVOS	2.071,07
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	2.798,33
TOTAL DE INVERSIÓN:	6.647,08

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

9.1.2. FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

- a) **Fuente interna**, constituida por el aporte de los socios de acuerdo a la estructura de la empresa.
- b) **Fuente externa**, constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

Cuadro N°51

Fuente de Financiamiento

Fuente	Monto	%
Banco Nacional de Fomento	2.000,00	30%
Gerente de la Empresa	4.647,08	70%
Total:	6647,08	100%

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

9.1.3. ANÁLISIS DE COSTOS

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar

un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto.

- **Depreciaciones**

La depreciación consiste en dejar el valor real de los activos fijos que posee una empresa, ya que los mismos se han desgastado por el paso del tiempo. El monto de las depreciaciones anuales asciende a **\$528,30** y con una unidad residual de **\$950**.

Cuadro N°52

Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS					
Detalle	Valor	Vida Útil	% Depreciación	Depreciación Anual	Unidad Residual
Depreciación Maquinaria y Equipo	1000,00	10	10%	100,00	500,00
Depreciación Muebles y Enseres Prod.	300,00	10	10%	30,00	150,00
Depreciación de Herramientas	25,00	5	20%	5,00	-----
Total Dep. Activos Fijos				135,00	650,00
DEPRECIACIÓN DE COSTOS OPERATIVOS					
Depreciación de Equipo de Computo	1000,00	3	33,33%	333,3	-----
Depreciación de Equipo de Oficina	100,00	10	10%	10,0,000	50,00
Depreciación de Muebles y Enseres	500,00	10	10%	50	250,00
Total Dep. Costos Oper.				393,30	300,00
TOTAL DEPRECIACIONES:				528,30	950,00
TOTAL DEPRECIACIONES+DEP. REINVERSIÓN				511,64	

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

Cuadro N°53
Reinversión de Equipo de Computación
NUEVA REINVERSIÓN

Detalle	Valor	Vida Útil	% Depreciación	Depreciación Anual	Unidad Residual
Equipo de Computo	1150,00	3	33,33%	383,30	766,59
TOTAL:					766,59
Total de Reinversión					950,00
TOTAL DE VALOR RESIDUAL					1.716,59

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

Dentro de la reinversión tenemos al equipo de cómputo que tiene un valor de **\$1150,00** y con una vida útil de 3 años, depreciación del 33,33%; teniendo una depreciación anual de **383,30** y un valor residual de **766,59**.

- **Amortizaciones**

Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos y como se puede observar la amortización que se aplica al proyecto, en Estudio Preliminar, Constitución de la Empresa, Permisos de Funcionamiento y Adecuaciones tienen un valor de **\$46.19**

Cuadro N°54

Amortizaciones

ACTIVOS DIFERIDOS		
Detalle	Valor	Amortización 5 Años
Estudio Preliminar	480.00	24.00
Constitución de la Empresa	200.00	10.00
Permisos de Funcionamiento	85.00	4.25
Adecuaciones	158.75	7.94
TOTAL:	158.75	46.19

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto, el monto asciende a **\$8.862,20**.

Cuadro N°55

Resumen de Costo Primo

RUBRO	ANUAL
Materia prima directa	1.200,00
Mano de obra directa	6.183,20
Materia Prima Indirecta	1.344,00
Depreciación Maquinaria y Equipo	100,00
Depreciación Muebles y Enseres Producción	30,00
Depreciación de Herramientas	5,00
Total:	8.862,20

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales, etc. El monto asciende a **\$20.620,10**

Cuadro N°56

Resumen de Gastos Administrativos

RUBRO	ANUAL
Sueldos y Salarios Administrativos	16.593,80
Arriendo	2.400,00
Energía eléctrica	172,80
Agua potable	57,60
Servicio telefónico	576,00
Útiles de oficina	306,60
Utensilios de Limpieza	120,00
Depreciación de Equipo de Computo	333,3
Depreciación de Equipo de Oficina	10,00
Depreciación de Muebles y Enseres	50,00
Total:	20.620,10

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **GASTOS DE VENTA**

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los productos para la venta, la promoción y los gastos en que se incurre al realizar las ventas, el monto asciende a **\$4.626,00**.

Cuadro N°57

Resumen de Gastos De Venta

GASTOS DE VENTA	ANUAL
Publicidad Radio	3.600,00
Embalaje	360,00
Etiquetas o Logotipos	216,00
Gasto de Transporte	450,00
Total:	4.626,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **GASTOS FINANCIEROS**

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.

Cuadro N°58

Tabla de Amortizaciones

PERIODOS	NUEVO CAPITAL	INTERESES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	V/LIBROS
0					2.000,00
1	2.000,00	36,67	200,00	236,67	1.800,00
2	1.800,00	48,00	200,00	248,00	1.600,00
3	1.600,00	42,67	200,00	242,67	1.400,00
4	1.400,00	37,33	200,00	237,33	1.200,00
5	1.200,00	32,00	200,00	232,00	1.000,00
6	1.000,00	26,67	200,00	226,67	800,00
7	800,00	21,33	200,00	221,33	600,00
8	600,00	16,00	200,00	216,00	400,00
9	400,00	10,67	200,00	210,67	200,00
10	200,00	5,33	200,00	205,33	0,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

Cuadro N°59
Resumen de Gastos Financieros

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Intereses	84,67	80,00	58,67	37,33	16,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **OTROS GASTOS**

Representa los gastos operativos no derivados de la actividad principal de intermediación financiera del período, excepto los gastos de administración. El monto asciende a **\$36,95**.

Cuadro N°60
Resumen de Otros Gastos

ACTIVOS DIFERIDOS		
Detalle	Parcial	Activos Diferidos 5 Años
Estudio Preliminar	480,00	96,00
Constitución de la Empresa	200,00	40,00
Permisos de Funcionamiento	85,00	17,00
Adecuaciones	158,75	31,75
Total:	923,75	184,75
Total Amortización de Activos Diferidos		36,95

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **PRESUPUESTO PROFORMADO**

Un presupuesto pro forma es un mapa que detalla cómo un negocio va a gastar los fondos disponibles durante un periodo de tiempo próximo, basándose en suposiciones acerca de la cantidad de dinero que el negocio va a ganar durante ese tiempo, así como los recursos que se necesitan para operar.

**Cuadro N°61
Presupuesto Pro formado**

PRESUPUESTO PROFORMADO					
COSTOS DE PRODUCCIÓN			5%		
RUBROS	1	2	3	4	5
Materia prima directa	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Mano de obra directa	6.183,20	6.492,36	6.816,98	7.157,83	7.515,72
Materia Prima Indirecta	1.344,00	1.411,20	1.481,76	1.555,85	1.633,64
Depreciación Maquinaria y Equipo	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Dep. Muebles y Enseres Prod.	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Depreciación de Herramientas	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	8.862,20	9.298,56	9.756,74	10.237,82	10.742,97
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTO ADMINISTRATIVO					
Sueldos y Salarios Adm.	16.593,80	17.423,49	18.294,66	19.209,40	20.169,87
Arriendo	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Energía eléctrica	172,80	181,44	190,51	200,04	210,04
Agua potable	57,60	60,48	63,50	66,68	70,01
Servicio telefónico	576,00	604,80	635,04	666,79	700,13
Útiles de oficina	306,60	321,93	338,03	354,93	372,67
Utensilios de Limpieza	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Depreciación de Equipo de Computo	333,30	333,30	333,30	316,64	316,64
Depreciación de Equipo de Oficina	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Depreciación de Muebles y Enseres	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	20.620,10	21.631,44	22.693,35	23.791,68	24.962,44
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad Radio	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Embalaje	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Etiquetas o Logotipos	216,00	226,80	238,14	250,05	262,55
Gasto de Transporte	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98
TOTAL COSTOS DE VENTAS	4.626,00	4.857,30	5.100,17	5.355,17	5.622,93
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	84,67	80,00	58,67	37,33	16,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	84,67	80,00	58,67	37,33	16,00
OTROS GASTOS					
Amort. Activos Diferidos	36,95	36,95	36,95	36,95	36,95
TOTAL OTROS GASTOS	36,95	36,95	36,95	36,95	36,95
TOTAL COSTO OPERATIVOS	25.367,72	26.605,69	27.889,13	29.221,14	30.638,32

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	34.229,9 2	35.904,2 5	37.645,8 7	39.458,9 7	41.381,2 8
Reinversión				766,59	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	34.229,9 2	35.904,2 5	37.645,8 7	40.092,2 4	41.381,2 8
Unidades Producidas	6.264,00	6.264,00	6.264,00	6.264,00	6.264,00
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	5,46	5,73	6,01	6,43	6,62

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

- **ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS**

Consiste en determinar el precio de venta, es decir a cómo vamos a ofertar el producto. El precio unitario para el primer año es de **\$6,56**.

Cuadro N°62

Establecimiento de Precios

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS						
AÑOS	COST. PROD	UNIDADES PROD.	COSTO UNI.	MARGEN UTILIDAD	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL
1	34.229,92	6.264	5,46	20%	6,56	41.075,90
2	35.904,25	6.264	5,73	20%	6,88	43.085,10
3	37.645,87	6.264	6,01	20%	7,21	45.175,04
4	40.292,22	6.264	6,43	20%	7,72	48.350,66
5	41.447,94	6.264	6,62	20%	7,94	49.737,53

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

FÓMULA DE ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Costo Unitario

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$\text{Costo Unitario} = \frac{34.229,92}{6.264}$$

$$\text{Costo Unitario} = \$5,46$$

Precio Unitario

$$\text{Precio Unitario} = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$\text{Precio Unitario} = 5,46 + 20\%$$

$$\text{Precio Unitario} = \$6,56$$

Ingresos Totales

$$\text{Ingresos Totales} = \text{Precio Unitario} * \text{Unidades Producidas}$$

$$\text{Ingresos} = 6,56 * 6.264$$

$$\text{Ingresos} = \$41.075,90$$

9.1.3.1. CLASIFICACIÓN DE COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables.

- **COSTOS FIJOS.**-Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

- **COSTOS VARIABLES.**-Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

Cuadro N°63

Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
AÑOS DESCRIPCIÓN	1		2		3		4		5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTOS VARIABLES										
Materia prima directa		1.200,00		1.260,00		1.323,00		1.389,15		1.458,61
Mano de obra directa		6.183,20		6.492,36		6.816,98		7.157,83		7.515,72
Materia Prima Indirecta		1.344,00		1.411,20		1.481,76		1.555,85		1.633,64
COSTOS FIJOS										
Sueldos y Salarios Adm.	16.593,80		17.423,49		18.294,66		19.209,40		20.169,87	
Arriendo	2.400,00		2.520,00		2.646,00		2.778,30		2.917,22	
Energía eléctrica	172,80		181,44		190,51		200,04		210,04	
Agua potable	57,60		60,48		63,50		66,68		70,01	
Servicio telefónico	576,00		604,80		635,04		666,79		700,13	
Útiles de oficina	306,60		321,93		338,03		354,93		372,67	
Utensilios de Limpieza	120,00		126,00		132,30		138,92		145,86	
Dep. Maquinaria y Equipo	100,00		100,00		100,00		100,00		100,00	
Dep. Muebles y Enseres Prod.	30,00		30,00		30,00		30,00		30,00	
Dep. de Herramientas	5,00		5,00		5,00		5,00		5,00	
Dep. de Equipo de Comp.	333,30		333,30		333,30		383,30		383,30	
Dep. de Equipo de Oficina	10,00		10,00		10,00		10,00		10,00	
Dep. de Muebles y Enseres	50,00		50,00		50,00		50,00		50,00	
Publicidad Radio	3.600,00		3.780,00		3.969,00		4.167,45		4.375,82	

Intereses	84,67		80,00		58,67		37,33		16,00	
Amort. Activos Diferidos	36,95		36,95		36,95		36,95		36,95	
Embalaje		360,00		378,00		396,90		416,75		437,58
Etiquetas o Logotipos		216,00		226,80		238,14		250,05		262,55
Gasto de Transporte		450,00		472,50		496,13		520,93		546,98
TOTAL DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES	24.476,72	9.753,20	25.663,39	10.240,86	26.892,96	10.752,90	28.235,08	11.290,55	29.592,87	11.855,08
	34.229,92		35.904,25		37.645,87		39.525,63		41.447,94	

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

9.1.3.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos. La utilidad líquida para el primer año es de **\$4.085,00.**

Cuadro N°64

Estados de Pérdidas y Ganancial

ESTADO DE PERIDDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCIÓN / AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	41.075,90	43.085,10	45.175,04	48.350,66	49.737,53
V/ Residual					1.716,59
TOTAL INGRESOS	41.075,90	43.085,10	45.175,04	48.350,66	51.454,12
EGRESOS					
(-)Costo de Producción	8.862,20	9.298,56	9.756,74	10.237,82	10.742,97
Reinversiones				766,59	
(=) Utilidad Operativa	32.213,70	33.786,54	35.418,30	37.346,24	40.711,16
(-) Costos Operativos	25.367,72	26.605,69	27.889,13	29.287,80	30.704,98
(=) Utilidad antes 5%	6.845,98	7.180,85	7.529,17	8.058,44	10.006,18
(-) 15% Part Trabajadores	1.026,90	1.077,13	1.129,38	1.208,77	1.500,93
(=) Utilidad antes de Imp.	5.819,09	6.103,72	6.399,80	6.849,68	8.505,25
(-) 22% Impuesto a la Renta	1.280,20	1.342,82	1.407,96	1.506,93	1.871,16
(=) Utilidad Neta	4.538,89	4.760,90	4.991,84	5.342,75	6.634,10
(-) 10% Reserva Legal	453,89	476,09	499,18	534,27	663,41
(=) Utilidad Liquida	4.085,00	4.284,81	4.492,66	4.808,47	5.970,69

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

9.1.3.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este método permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o perdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos. Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

- **En Función de la Producción.-** Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

PV u= Precio venta unitario

CV u= Costo variable unitario

- **En Función de los Ingresos.-** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

PE= Punto de equilibrio

CFT= Costo fijo total

1= Constante matemática

CVT= Costo variable total

VT= Ventas totales o Ingresos

- **En Función de la Capacidad Instalada.-** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos.
- **Representación Gráfica.-** Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

PRIMER AÑO

$$\text{Cost Vabl Unit} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Nº de Unidades Producidas}} \quad \text{Cost Vabl Unit} = \frac{9.753,20}{6.264}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = 1,56$$

PRIMER AÑO

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Venta Unitario}}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{24.476,72}{6,56 - 1,56} \quad \text{Punto Equilibrio} = \frac{24.476,72}{5}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = 4.995 \text{ Prendas}$$

Significa que la empresa trabajando al **78,14%** de su capacidad de producción, debe producir **4.895** unidades de producto terminado (ropa para mascotas caninas de raza pequeña), los cuales generarán un ingreso de **\$ 32.098,23** dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos.

EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

PRIMER AÑO

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}\right)} \quad PE = \frac{24.476,72}{1 - \left(\frac{9.753,20}{41.075,90}\right)}$$

$$PE = \frac{24.476,72}{1 - (0,24)} \quad PE = \frac{24.476,72}{0,76} \quad PE = \$32.098,23,63$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas **\$32.098,23** dólares no obtiene ganancia ni tiene pérdida.

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

PRIMER AÑO

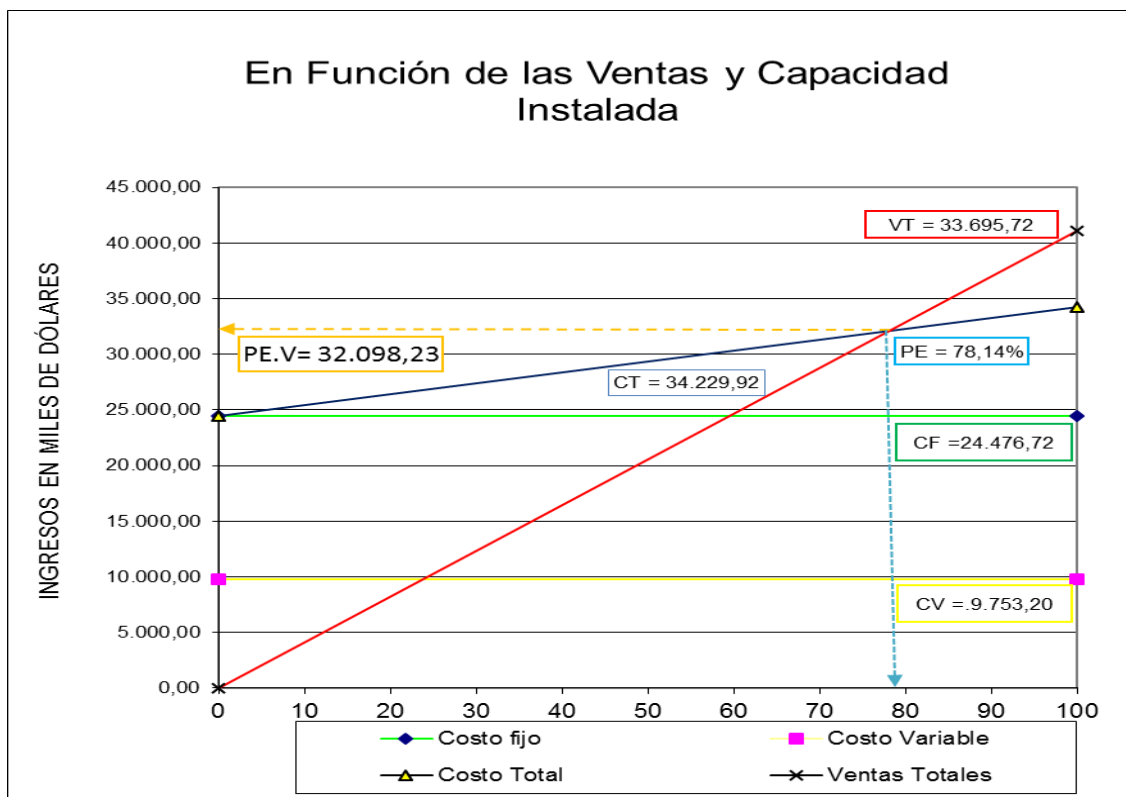
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ingresos.} - \text{Costo Variable}} * 100 \quad PE = \frac{24.476,72}{41.075,90 - 9.753,20} * 100$$

$$PE = \frac{24.476,72}{31.322,7} * 100 \quad PE = 0,78 * 100 \quad PE = 78,14\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el **78,14%** de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Grafico Año 1

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

SEGUNDO AÑO

$$\text{Cost Vabl Unit} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Nº de Unidades Producidas}} \quad \text{Cost Vabl Unit} = \frac{10.240,86}{6.264}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = 1,63$$

SEGUNDO AÑO

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Venta Unitario}}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{25.663,39}{6,88 - 1,63} \quad \text{Punto Equilibrio} = \frac{25.663,39}{5,25}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = 4.894 \text{ Prendas}$$

Significa que la empresa trabajando al **78,14%** de su capacidad de producción, debe producir **4.894** unidades de producto terminado (ropa para mascotas caninas de raza pequeña), los cuales generarán un ingreso de **\$33.665,26** dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos.

EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

SEGUNDO AÑO

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}\right)} \quad PE = \frac{25.663,39}{1 - \left(\frac{10.240,86}{43.085,10}\right)}$$

$$PE = \frac{25.663,39}{1 - (0,24)} \quad PE = \frac{25.663,39}{0,76} \quad PE = \$33.665,26$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas **\$33.665,26** dólares no obtiene ganancia ni tiene pérdida.

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

SEGUNDO AÑO

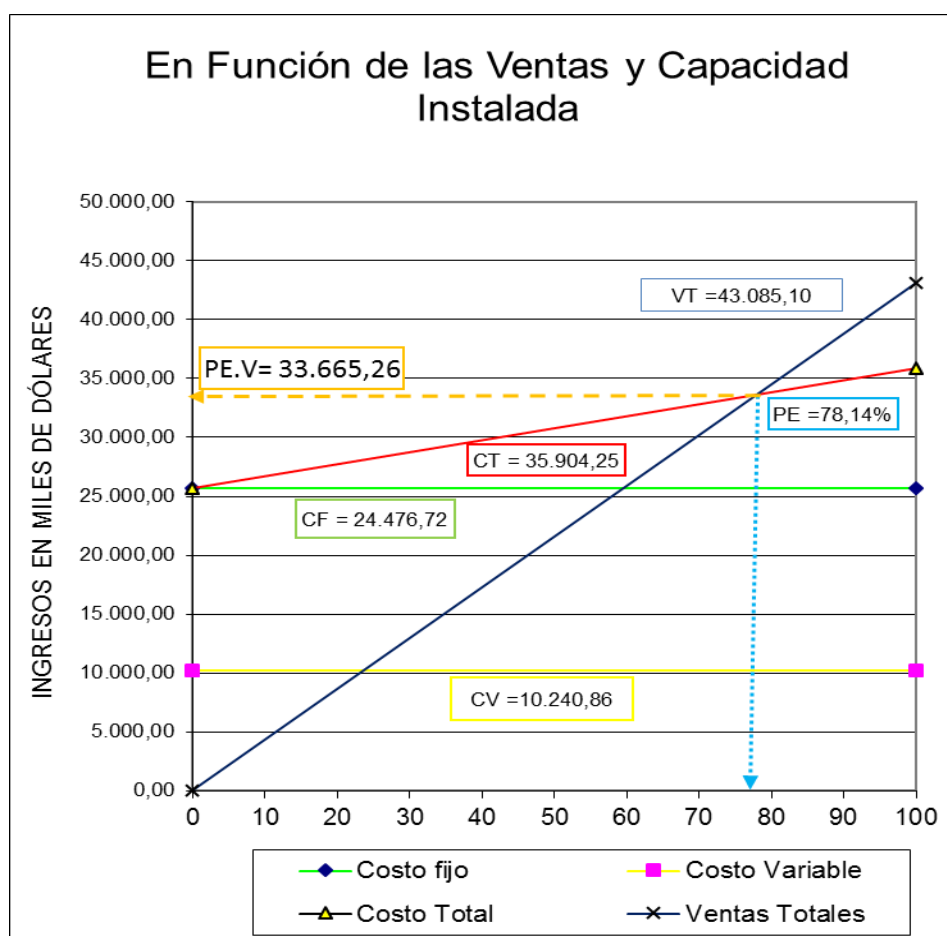
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ingresos.} - \text{Costo Variable}} * 100 \quad PE = \frac{25.663,39}{43.085,10 - 10.240,86} * 100$$

$$PE = \frac{25.663,39}{32.844,} * 100 \quad PE = 0,78 * 100 \quad PE = 78,14\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el **78,14%** de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Grafico Año 2

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

TERCER AÑO

$$\text{Cost Vabl Unit} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Nº de Unidades Producidas}} \quad \text{Cost Vabl Unit} = \frac{10.752,90}{6.264}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = 1,72$$

TERCER AÑO

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Venta Unitario}}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{26.892,96}{7,21 - 1,72} \quad \text{Punto Equilibrio} = \frac{26.892,96}{5,49}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = 4.894 \text{ Prendas}$$

Significa que la empresa trabajando al **78,13%** de su capacidad de producción, debe producir **4.894** unidades de producto terminado (ropa para mascotas caninas de raza pequeña), los cuales generarán un ingreso de **\$35.293,88** dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos.

EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

TERCER AÑO

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}\right)} \quad PE = \frac{26.892,96}{1 - \left(\frac{10.752,90}{45.175,04}\right)}$$

$$PE = \frac{26.892,96}{1 - (0,24)} \quad PE = \frac{26.892,96}{0,76} \quad PE = \$35.293,88$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas **\$35.293,88** dólares no obtiene ganancia ni tiene pérdida.

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

TERCER AÑO

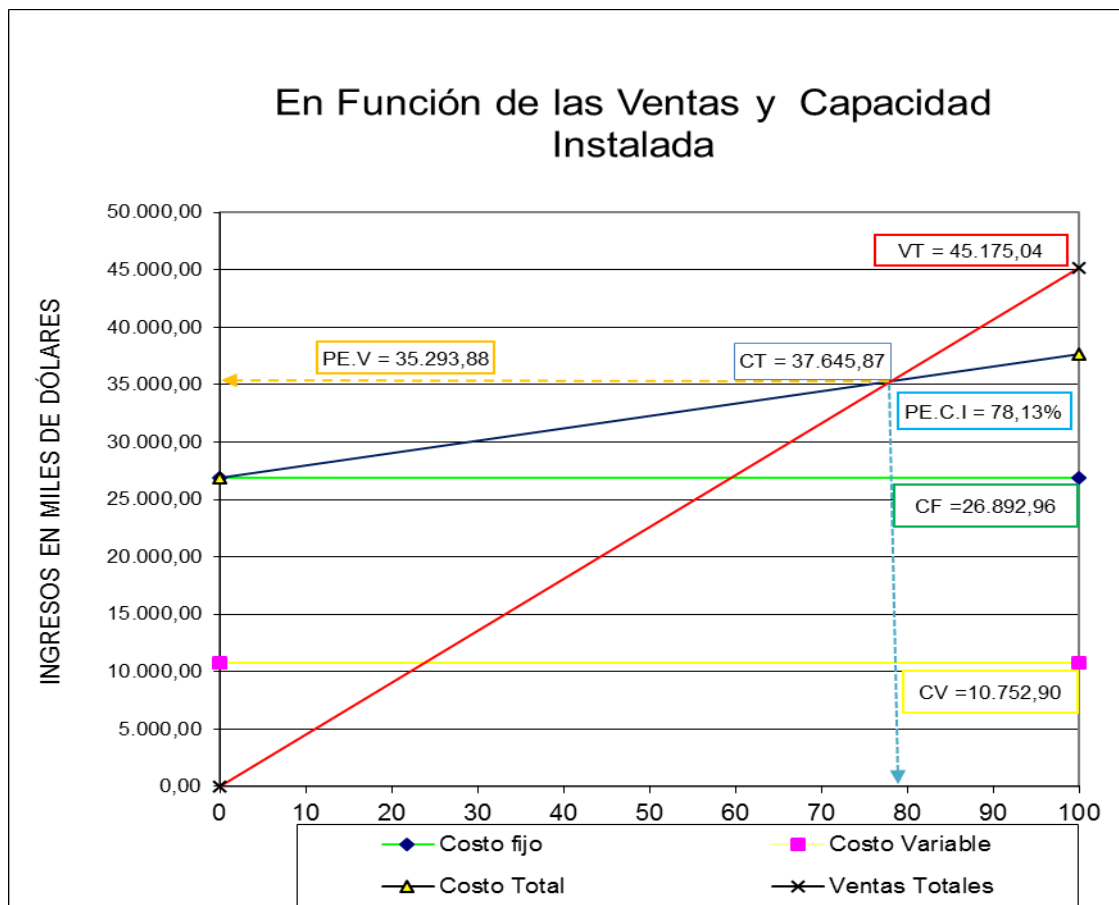
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ingresos.} - \text{CostoVariable}} * 100 \quad PE = \frac{26.892,96}{45.175,04 - 10.752,90} * 100$$

$$PE = \frac{26.892,96}{34.422,14} * 100 \quad PE = 0,78 * 100 \quad PE = 78,13\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el **78,13%** de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Grafico Año 3

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD



EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

CUARTO AÑO

$$\text{Cost Vabl Unit} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Nº de Unidades Producidas}} \quad \text{Cost Vabl Unit} = \frac{11.290,55}{6.264}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = 1,80$$

CUARTO AÑO

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Venta Unitario}}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{28.235,08}{7,72 - 1,80} \quad \text{Punto Equilibrio} = \frac{28.235,08}{5,92}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = 4.769 \text{ Prendas}$$

Significa que la empresa trabajando al **76,19%** de su capacidad de producción, debe producir **4.769** unidades de producto terminado (ropa para mascotas caninas de raza pequeña), los cuales generarán un ingreso de **\$36.837,04** dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos.

EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

CUARTO AÑO

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}\right)} \quad PE = \frac{28.235,08}{1 - \left(\frac{11.290,55}{48.350,66}\right)}$$

$$PE = \frac{28.235,08}{1 - (0,23)} \quad PE = \frac{28.235,08}{0,77} \quad PE = \$36.837,04$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas **\$36.837,04** dólares no obtiene ganancia ni tiene pérdida.

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

CUARTO AÑO

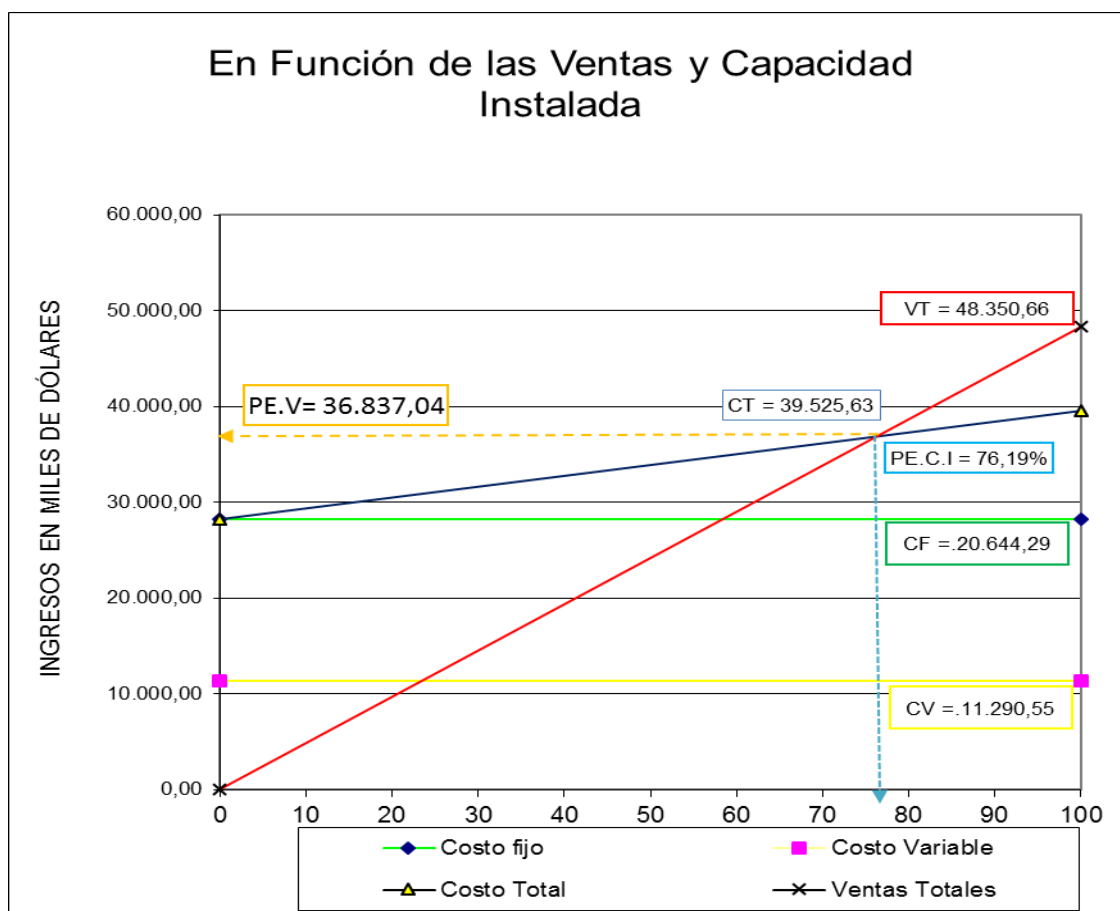
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ingresos.} - \text{Costo Variable}} * 100 \quad PE = \frac{28.235,08}{48.350,66 - 11.290,55} * 100$$

$$PE = \frac{28.235,08}{37.060,11} * 100 \quad PE = 0,76 * 100 \quad PE = 76,19\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el **76,19%** de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Grafico Año 4

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

QUINTO AÑO

$$\text{Cost Vabl Unit} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Nº de Unidades Producidas}} \quad \text{Cost Vabl Unit} = \frac{11,855,08}{6.264}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \mathbf{1,89}$$

QUINTO AÑO

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Venta Unitario}}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{29.592,87}{7,94 - 1,89} \quad \text{Punto Equilibrio} = \frac{29.592,87}{6,05}$$

$$\text{Punto Equilibrio} = \mathbf{4.893 \text{ Prendas}}$$

Significa que la empresa trabajando al **78,12%** de su capacidad de producción, debe producir **4.893** unidades de producto terminado (ropa para mascotas caninas de raza pequeña), los cuales generarán un ingreso de **\$38.853,77** dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos.

EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

QUINTO AÑO

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}\right)} \quad PE = \frac{29.592,87}{1 - \left(\frac{11.855,08}{49.737,53}\right)}$$

$$PE = \frac{29.592,87}{1 - (0,24)} \quad PE = \frac{29.592,87}{0,76} \quad PE = \mathbf{38.853,77}$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas **\$38.853,77** dólares no obtiene ganancia ni tiene pérdida.

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

QUINTO AÑO

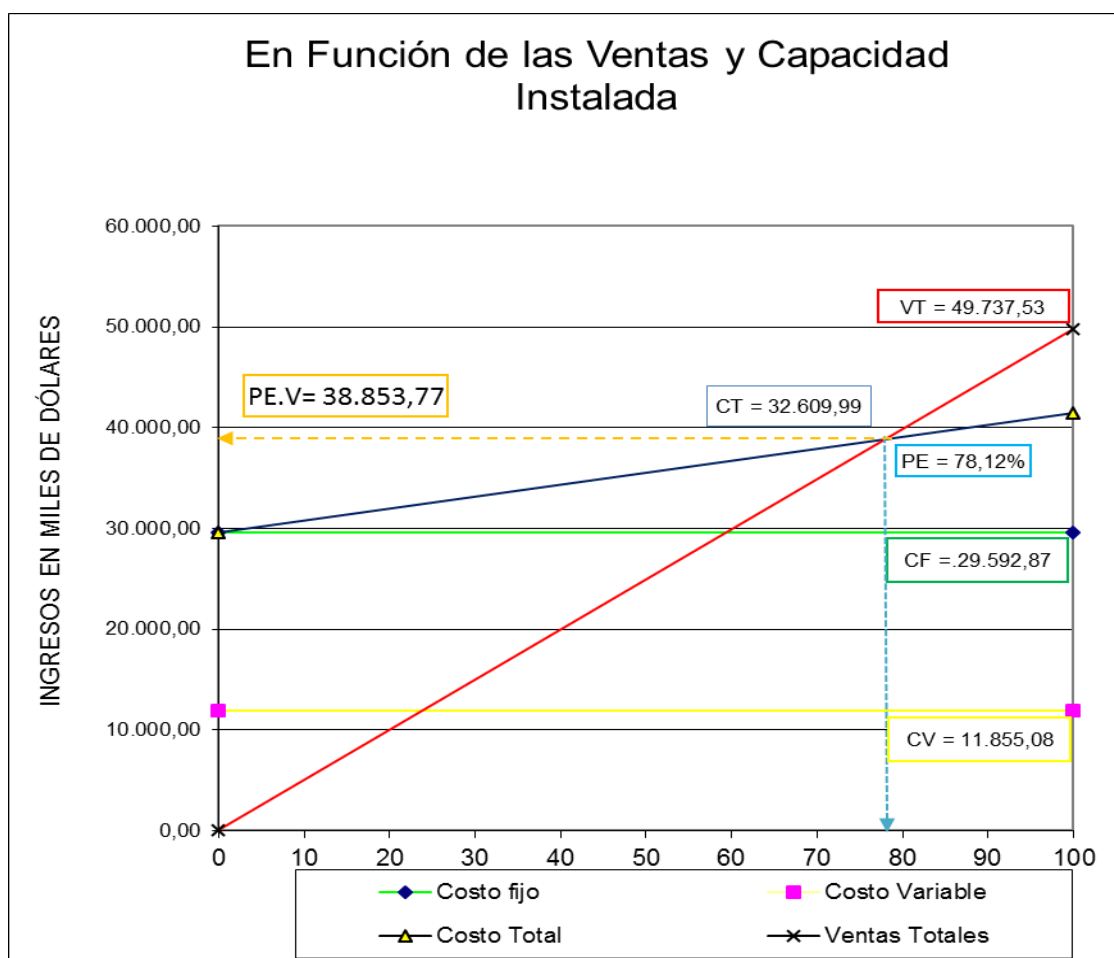
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ingresos.} - \text{Costo Variable}} * 100 \quad PE = \frac{29.592,87}{49.737,53 - 11.855,08} * 100$$

$$PE = \frac{29.592,87}{37.882,45} * 100 \quad PE = 0,78 * 100 \quad PE = 78,12\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el **78,12%** de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Grafico Año 5

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



CUADRO N°65

Determinación del Punto de Equilibrio

AÑOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	INGRESOS	EN FUNCION DE VENTAS	EN FUNCIÓN CAP. INSTALADA
1	24.476,72	9.753,20	34.229,92	41.075,90	32.098,23	78,14%
2	25.663,39	10.240,86	35.904,25	43.085,10	33.665,26	78,14%
3	26.892,96	10.752,90	37.645,87	45.175,04	35.293,88	78,13%
4	28.235,08	11.290,55	39.525,63	48.350,66	36.837,04	76,19%
5	29.592,87	11.855,08	41.447,94	49.737,53	38.853,77	78,12%

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

10. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado. Desde el punto de vista empresarial la evaluación financiera, permite determinar la viabilidad financiera del proyecto o, en donde dará para los inversionistas la alternativa de rentabilidad suficiente para poder tomar decisiones adecuadamente.

10.1. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar las necesidades de efectivo de toda la empresa durante la vida útil del proyecto, es decir permite cubrir todos los requerimientos de efectivo de la nueva empresa. El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período). El monto del flujo de caja proyectado para el primer año es de **\$4.704,14**.

Cuadro N°66

Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN / AÑOS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		41.075,90	43.085,10	45.175,04	48.350,66	49.737,53
V/ Residual						1.716,59
Banco Nacional de Fomento	2.000,00					
Empresa Unipersonal	4.647,08					
TOTAL INGRESOS	6.647,08	41.075,90	43.085,10	45.175,04	48.350,66	51.454,12
EGRESOS						
Activo Fijo	2925,00					
Activo Diferido	923,75					
Activo Circulante	2798,33					
Presupuesto de Operación		34.229,92	35.904,25	37.645,87	40.292,22	41.447,94
(-) Amortizaciones de Diferidos		36,95	36,95	36,95	36,95	36,95
(-) Depreciaciones		528,30	528,30	528,30	528,30	528,30
(15%) Utilidad a los Trabajadores		1.026,90	1.077,13	1.129,38	1.208,77	1.500,93
(22%) Impuesto a la Renta		1.280,20	1.342,82	1.407,96	1.506,93	1.871,16
Amortizaciones del Crédito		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL EGRESOS	6647,08	36.371,76	38.158,95	40.017,95	42.842,66	44.654,78
FLUJO DE CAJA	0	4.704,14	4.926,15	5.157,09	5.508,00	6.799,35

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

10.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Al tener cantidades positivas estamos diciendo que al ejecutarse el proyecto el patrimonio seguirá incrementándose de la empresa en sí. El valor actual neto del proyecto es de **12.948,08**.

Cuadro N°67

Valor Actual Neto

VAN (11%)			
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUAL NETO	FLUJO DESCONTADO
0	6.647,08		
1	4.704,14	0,900901	4.237,96
2	4.926,15	0,811622	3.998,18
3	5.157,09	0,731191	3.770,82
4	5.508,00	0,658731	3.628,29
5	6.799,35	0,593451	4.035,08
TOTAL FLUJOS:			19.670,33

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La Autora

FÓRMULA

$$= \sum -$$

$$VAN = 19.670,33 - 6.647,08$$

$$VAN = 13.023,25$$

10.3. TASA INTERNA DE RETONO (TIR)

Es la tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Para poder calcularlo se ha tomado una tasa mínima y una tasa máxima, lo que hace que el resultado sea negativo y permita obtener los valores del VAN menor y mayor necesarios para obtener la TIR.

- Si TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepte el proyecto.
- Si TIR es = que el costo de oportunidad a de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si TIR es < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

Cuadro N°68

Tasa Interna de Retorno

TIR					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT. 70%	VAN MENOR	FACTOR ACT. 71%	VAN MAYOR
0	-6.647,08		-6.647,08		-6.647,08
1	4.704,14	0,588235	2.767,14	0,584795	2.750,96
2	4.926,15	0,346021	1.704,55	0,341986	1.684,67
3	5.157,09	0,203542	1.049,68	0,199992	1.031,37
4	5.508,00	0,119730	659,47	0,116954	644,18
5	6.799,35	0,070430	478,88	0,068394	465,04
TOTAL:			12,64		-70,86

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

FÓRMULA

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 70 + 1 \left(\frac{12,64}{12,64 - (-70,86)} \right)$$

$$TIR = 70 + 1 \left(\frac{12,64}{12,64 + 70,86} \right)$$

$$TIR = 70 + 1 \left(\frac{12,64}{83,50} \right)$$

$$TIR = 70 + 1(0,151377245)$$

$$TIR = 70,15\%$$

10.4. RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

El indicador financiero beneficio – costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

B/C = 1 es indiferente realizar el proyecto

C <1 se debe rechazar el proyecto

Cuadro N°69

Relación Costo – Beneficio

AÑOS	COSTO ACTUALIZADO			INGRESO ACTUALIZADO		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		11,00%			11,00%	
1	34.229,92	0,900901	30.837,76	41.075,90	0,900901	37.005,32
2	35.904,25	0,811622	29.140,69	43.085,10	0,811622	34.968,83
3	37.645,87	0,731191	27.526,33	45.175,04	0,731191	33.031,60
4	40.292,22	0,658731	26.541,73	48.350,66	0,658731	31.850,08
5	41.447,94	0,593451	24.597,34	49.737,53	0,593451	29.516,81
TOTAL:			138.643,86			166.372,63

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

FÓRMULA

$$RBC = \frac{\text{Ingresos.Actualizados}}{\text{CostosActualizados}} - 1$$

$$RBC = \frac{166.372,63}{138.643,86} - 1$$

$$RBC = 1.20 - 1$$

$$RBC = 0.20$$

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene **\$0,20** de rentabilidad.

10.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación del capital permite determinar el tiempo, es decir los años, meses y días en los que se recuperará la inversión inicial del proyecto; para lo que se hace necesario tomar en cuenta los flujos que genera el proyecto durante su vida útil, lo que se demuestra en el siguiente procedimiento.

Cuadro N°70

Periodo de Recuperación de Capital

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL		
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJOS ACUMULADOS
0	6.647,08	
1	4.704,14	4.704,14
2	4.926,15	9.630,29
3	5.157,09	
4	5.508,00	
5	6.799,35	
TOTAL:		14.334,43

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

FÓRMULA

$$PRK = \text{AñosSuperaInversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{PrimerosFlujos}}{\text{FlujoNetoAñoqueSuperaInversión}}$$

$$PRK = 2 + \left(\frac{6.647,08 - 9.630,29}{4.926,15} \right)$$

$$PRK = 2 + \left(\frac{-2.983,21}{4.926,15} \right)$$

$$PRK = 2 + (-0.605586512)$$

$$PRK = 2 - 0.605586512$$

$$PRK = 1.394413488$$

$$PRK = 1 \text{ Año}$$

$$PRK = 0,39 * 12 = 4,73 = 4 \text{ Meses}$$

$$PRK = 0,73 * 30 = 21,99 = 21 \text{ Días}$$

Esto significa que la inversión se recupera en 1 año 4 meses con 21 días.

10.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es otro de los indicadores frecuentes utilizados, el mismo que determina la solides o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, evalúa resultados de modificar una de las variables considerada como susceptible a cambios en el periodo de evaluación, es decir mide hasta qué punto afecta el incremento de los costos y la disminución de los ingresos, afectados por los precios, para tal efecto se requiere modificar los flujos de caja. Su interpretación permite decidir si se acepta o si se rechaza el proyecto, si lo antes dicho afecta a los resultados quiere decir que el proyecto es sensible, si es lo contrario se considera que el proyecto no es sensible.

Cuadro N°71

Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 8% en los Costos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		8%			59%		60%	
						-6.647,08		-6.647,08
1	34.229,92	36.968,31	41.075,90	4.107,59	0,62893	2.583,39	0,62500	2.567,24
2	35.904,25	38.776,59	43.085,10	4.308,51	0,39555	1.704,25	0,39063	1.683,01
3	37.645,87	40.657,54	45.175,04	4.517,50	0,24878	1.123,85	0,24414	1.102,91
4	40.292,22	43.515,59	48.350,66	4.835,07	0,15646	756,51	0,15259	737,77
5	41.447,94	44.763,78	49.737,53	4.973,75	0,09840	489,44	0,09537	474,33
						10,35		-81,81

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1 \left(\frac{5,81}{5,81 - (-86,24)} \right)$$

NUEVA TIR

$$NTIR = 59 + 1 \left(\frac{5,81}{5,81 + 86,24} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1 \left(\frac{5,81}{92,05} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1(0,06311787)$$

$$NTIR = 59 + 0,06311787$$

$$NTIR = 59,06311787$$

$$NTIR = 59,06\%$$

FÓRMULAS

- Se Encuentra la TIR Resultante**

$$TIR.R = TIR.ORIGINAL - N.NUEVA.TIR$$

$$TIR = 70,15 - 59,06$$

$$TIR = 11,09$$
- Se Calcula el Porcentaje de Variación**

$$\%V = TIR.RESULTANTE / TIR.ORIGINAL * 100$$

$$\%V = 11,04 / 70,15$$

$$\%V = 0,158089807 * 100$$

$$\% = 15,81\%$$
- Se Calcula el Valor de Sensibilidad**

$$S = (\%VARIACIÓN / NUEVA.TIR)$$

$$S = (15,74 / 59,11)$$

$$S = 0,267676612$$

$$S = 0,27$$

Cuadro N°72

Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 6,60% en los Ingresos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			6,60%		59%		60%	
						-6.647,08		-6.647,08
1	34.229,92	41.075,90	38.364,89	4.134,97	0,6289	2.600,61	0,6250	2.584,36
2	35.904,25	43.085,10	40.241,48	4.337,23	0,3956	1.715,61	0,3906	1.694,23
3	37.645,87	45.175,04	42.193,49	4.547,62	0,2488	1.131,34	0,2441	1.110,26
4	40.292,22	48.350,66	45.159,52	4.867,30	0,1565	761,55	0,1526	742,69
5	41.447,94	49.737,53	46.454,86	5.006,91	0,0984	492,70	0,0954	477,50
						54,74		-38,04

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1 \left(\frac{54,14}{54,14 - (-38,04)} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1 \left(\frac{54,14}{54,14 + 38,04} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1 \left(\frac{54,14}{92,18} \right)$$

$$NTIR = 59 + 1(0,587329138)$$

$$NTIR = 59 + 0,587329138$$

$$NTIR = 59,58732914$$

$$NTIR = 59,59\%$$

FÓRMULAS

- **Se Encuentra la TIR Resultante**

$$TIR.R = TIR.ORIGINAL - N.UEVA.TIR$$

$$TIR = 70,06 - 59,59$$

$$TIR = 10,47$$

- **Se Calcula el Porcentaje de Variación**

$$\%V = TIR.RESULTANTE / TIR.ORIGINAL * 100$$

$$\%V = 10,47 / 70,06$$

$$\%V = 0,149481456 * 100$$

$$\% = 15,00\%$$

- **Se Calcula el Valor de Sensibilidad**

$$S = (\%VARIACIÓN / NUEVA.TIR)$$

$$S = (15,00 / 59,59)$$

$$S = 0,250849902$$

$$S = 0,25$$

h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma les presentamos a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- El producto que se ofertará será Ropa para mascotas de Rasa Pequeña en la ciudad de Piñas, Cantón Piñas, Provincia de el Oro.
- La demanda insatisfecha del producto para el primer año es de **\$7.876,00**
- La empresa trabajará con una capacidad utilizada de 3 prendas por hora.
- La empresa se constituirá legalmente como una compañía de responsabilidad limitada con el nombre de **“CLOTHES IAN”, Cía. Unipersonal Ltda.**
- El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de **\$6.647,08** de los cuales se solicitará un crédito del **2.000,00** que nos da 30% del total de la inversión mismo que se lo realizara al Banco Nacional de Fomento y el otro 70% de la inversión será obtenida de los Socios de la Empresa que nos da un total de la inversión de **\$4.647,08**
- El costo total de producción para el primer año de operación es de **\$34.229,92**
- El precio unitario de cada prenda en el primer año es de **\$6,56**
- La utilidad neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de **\$4.538,89** mientras que se tendrá en utilidad líquida un monto de **\$4.085,00**
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene el siguiente indicador como es el Flujo de Caja este indica sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período), y tiene un valor de **\$4.704,14** en el primer año. Dentro del mismo se encuentra el Valor Actual Neto

(VAN), que nos da un valor de **\$13.023,25**. Con una Tasa Interna de Retorno (TIR) de **70,15%**, esto quiere decir que el proyecto si es factible ya que la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital.

i. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación creemos prudente realizar las siguientes recomendaciones.

- Se recomienda la ejecución de este proyecto ya que si es rentable económicamente de acuerdo a los resultados que se han obteniendo.
- Para que el producto tenga buena aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, con el fin de difundir las características del mismo.
- La concentración de mano de obra local es importante para contribuir a la solución de migración y desempleo que se suscita en la Ciudad.
- Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede disminuir cualquier tipo de riesgo, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizado.
- Al presente producto por no ser tan conocido en el mercado y no tener competencia con productos similares o sustitutos, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, A. S. (2008). *Auditoría Administrativa "Procesos y Aplicación"*. México: Mc Graw Hill.
- *Animalesmascotas*. (11 de Mayo de 2010). Obtenido de <http://animalesmascotas.com/cortes-de-pelo-para-perros-2010/>
- AQUILANO, J. (2005). *Gerencia de Operaciones*. Bogotá: Norma.
- Baca, U. G. (1998). *Evaluación de Proyectos* (Tercera Edición ed.).
- BERNAL Cesar A. (2010). *Metodología de la Investigación* . Colombia: Editorial PEARSON.
- CHAIN, S. N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* (Edición Onceava ed.). Argentina: Grafica Pinter S.A.
- ERROSA. (2004). *Proyectos de Inversìon en Ingenieria en Metodologia*. Mexico D.F: Limusa, S.A de C.V.
- GUTIÉRREZ, A. (2005). *Los Estudios Financieros y su Análisis* (Vol. 3). (T. Edición, Ed.) Editorial Sáenz.

- *Lo Que no Sabías.* (19 de 6 de 2013). Obtenido de <http://www.loquenosabias.net/las-10-razas-de-perros-mas-pequenas-del-mundo/>
- MARTINEZ Ruiz Héctor, Á. R. (2010). *Metodología de la Investigación.*
- MORA, M. E. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.* Loja.
- MOROCHO, S. I. (Octubre de 2013). *Ecotec.edu.ec.* Obtenido de http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_grado/1585_2010_CEE_SSAMANIEGO_01.pdf
- Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición* Autor: . Bogotá: Ecoe Ediciones, 2011.
- Rodrigo, M. (2005). *“Elaboración y Evolución de Proyectos (Quinta Edición ed.).*
- *TODO INGENIERIA INDUSTRIAL.* (19 de 11 de 2014). Obtenido de <http://todoingenieriaindustrial.wordpress.com/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/2-4-analisis-de-la-oferta/?blogsub=confirming#subscribe-blog>
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos.* Sexta Edición.

k. ANEXOS

Anexo N°1

a. TEMA

“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Confección y Comercialización de Ropa para Mascotas Caninas de Raza Pequeña, en la Ciudad de Piñas, Provincia de el Oro”.

b. Problemática

El término “mascota” proviene del francés: mascotte. Los canes han sido las mascotas más apreciadas por las personas, desde la antigüedad estos animales han sido un compañero fiel.

Nuestro país es textil por naturaleza, productor de bienes primarios que son comercializados de la misma manera, tanto a nivel interno y externo. Por esta razón, los emprendedores están empeñados en fortalecer la industria, aprovechando los recursos propios del Ecuador, para la manufactura o industria textil de productos que puedan satisfacer necesidades de vestimenta no solo para personas sino que también para mascotas caninas, esto colma los gustos y exigencias de la población a nivel local y nacional.

La Provincia del Oro es un lugar donde su población se dedica al sector primario como la minería, agricultura, pesca, ganadería e industria textil donde produce gran cantidad de materia prima, y en uno de los sectores como es el sector textil donde elaboran tela para confeccionar prendas para damas, caballeros y niños pero las personas solo lo utilizan para realizar ciertos productos y no le dan otro uso a las telas como para la elaboración de ropa o prendas para mascotas.

La ciudad de Piñas es un lugar donde los habitantes practican la actividad agrícola y más aún la ganadera, en pequeña escala, habiéndose incrementado en estos últimos años es por ende que la población ve la necesidad de tener una mascota para que los

acompañe en sus actividades de campo ya que como se decía anterior mente una mascota domestica (perro), son fieles acompañantes en muchas actividades que se realizan, es por esta razón que las personas se han limitado a brindarles un buen cuidado a sus mascotas ya que en este sector los utilizan más en el campo, pero no se daban cuenta que los cambios bruscos de temperatura enfermaban a las mascotas. Es por eso que con el transcurso de los años los dueños de estas mascotas han buscado la manera de satisfacer sus necesidades ya que como las personas, ellos también necesitan vestirse según los cambios climáticos

El problema que es motivo de la presente investigación, afecta a la población que habita en la ciudad de Piñas, quienes evitan comprar ropa para sus mascotas caninas, sabiendo que los cambios climáticos afectan a su salud como son en el verano alergias, picazón, ceguera y otro problemas más complejos que se dan en el invierno como son los respiratorios, la bronquitis, el asma, tos, moquillo, entre otros.

Entonces frente a esta realidad hay que darle solución a las necesidades de los clientes, por esta razón, nació la idea de **Confeccionar y Comercializar Ropa para Mascotas Caninas de Rasa Pequeña, en la Ciudad de Piñas**, un producto que satisficiera las necesidades de los clientes que tienen mascotas.

De tal manera que el producto podrá ser utilizado por las mascotas caninas del segmento de la población y comercializado en la localidad donde se lo elabore, en este caso la ciudad de Piñas, debido que en el sector es un producto innovador y que en el futura mejorara la vida de las mascotas además que brindara a los inversionistas rentabilidad y economía a la ciudad.

c. Objetivos

Objetivo General

Realizar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA, EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, a fin de generar rentabilidad a los inversionistas de la empresa y economía a la ciudad.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado, el mismo que nos permitirá determinar la demanda, oferta, mercado potencial y canales de comercialización del producto a producir en la empresa.
- Realizar un estudio técnico en la empresa, el mismo que nos permitirá establecer el tamaño y localización, ingeniería del proyecto.
- Realizar una propuesta de la estructura orgánica funcional de la empresa el mismo que nos permitirá establecer la base legal, organizativa y administrativa de la empresa.
- Realizar un estudio financiero para determinar de manera cualitativa y monetaria los presupuestos, financiamiento y el costo de la operación del proyecto.

- Realizar una evaluación financiera para determinar el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación/ Beneficio – Costo, Período de Recuperación de Capital y un Análisis de Sensibilidad estos factores nos ayudad a conocer la rentabilidad que puede generar el Proyecto a cada uno de los inversionistas.

d. METODOLOGÍA

La metodología es el instrumento que en laza el sujeto con el objeto de la investigación. Sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico. La investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas, bien sea de vacío de conocimiento (investigación científica) o de gerencia, pero en ambos casos es organizado y garantiza la producción de conocimiento o de alternativas de solución viables. (BERNAL Cesar A, 2010)

MATERIALES

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron los siguientes materiales:

Descripción de los Materiales
Útiles de Oficina
Impresiones a Color
Impresiones Blanco y Negro
Copias
Anillado de Documentos
Empastado de documento
Esferos
Lápiz

Borrador
Internet
Equipo de Computación
Computadora
Impresora
Flash Memori

MÉTODOS

Son el "camino para llegar a un fin". Los métodos de investigación constituyen el camino para llegar al conocimiento científico; son un procedimiento o conjunto de procedimientos que sirven de instrumento para alcanzar los fines de la investigación. Los distintos métodos de investigación son aproximaciones para la recogida y el análisis de datos que conducirán a unas conclusiones, de las cuales podrán derivarse unas decisiones o implicaciones para la práctica.

- **Método Inductivo**

La inducción se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general, el objetivo de este método es de que por medio de las técnicas de investigación, como las encuestas, permitió recabar información personal y generalizarla a una población o segmento deseado en el mercado.

- **Método Deductivo**

Este método se utilizará para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitió realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de confección de ropa para mascotas caninas de raza pequeña. Y ayudó a determinar de qué forma están estructurada esta empresa, cual es la forma de manejo de los empleados, hasta llegar a determinar la factibilidad de la empresa.

- **Método Analítico**

Permitió descomponer en partes algo complejo, para mostrar, describir, numerar y explicar las causas de los hechos que constituyen el todo, este método también fue de utilidad en el estudio de mercado y para el análisis del estudio financiero.

TECNICAS

Son las herramientas o técnicas que se manipulan para obtener información y para llevar a cabo una investigación o estudio determinado. Conforme a lo que se desea estudiar o investigar, sus características, sus propiedades y factores

Técnica de la Encuesta

La técnica de la encuesta se aplicó en forma directa o mediante un cuestionario. (AQUILANO, 2005). Esta técnica permitió elaborar un cuestionario, que se aplicó a las familias de la ciudad de Piñas que en el año 2015 será de 4.161.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra, es un subconjunto del número total de unidades definidas como población, en referencia a la cual estableceremos siempre nuestros resultados.

Población: Es el conjunto de individuos de la misma especie que habita una extensión determinada en un momento dado.

Proceso De Muestreo

Según datos obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) del año 2010 los habitantes de la ciudad de Piñas son de 15517 entre hombres y mujeres.

HABITANTES (URBANA) DE LA CIUDAD DE PIÑAS	
AÑO	HIBITANTES
2010	15.517

Fuente: INEC

Proyección De La Población

Para el cálculo del tamaño de la muestra, primeramente se proyectó la población de 15.517 habitantes en base a la tasa de crecimiento poblacional de 1,88% proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

$$P_o = P(1 + r)^n$$

Pf=	Población Final =?
Po=	Población Inicial = 15.517
1=	Constante = 1
R=	Tasa de Crecimiento = 1.88%
n=	Número de Años = 5
e=	Error Experimental = 5% = 0.05
N-1=	Factor de Corrección

La población en familias es de 3.952 para el año 2010 que comprenden a la ciudad de Piñas.

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

- $P_o = 15.517(1 + 0,0188)^5$

- $P_o = 15.517(1.0188)^5$

- $P_o = 15.517(1.098)$

- $P_o = 17.031$ aÑO 2015

$$P = \frac{Pf}{N}$$

$$P = \frac{17.031}{4}$$

$$P = 4.258 \text{ familias}$$

La población proyectada para el año 2015 es de **4.258** familias que comprenden a la ciudad de Piñas el mismo que tiene una tasa de crecimiento del 1,88%. Una vez proyectada la población, se procedió a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, mediante la siguiente formula:

DATOS:

n=	Tamaño de la Muestra =?
N=	Población = 4.258 familias
P=	Probabilidad de Éxito= 50% = 0.50
Q=	Probabilidad de Fracaso= 50% = 0.50
Z=	Nivel de Confianza = 95% = 1.96
e=	Error Experimental = 5% = 0.05
N-1=	Factor de Corrección

FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (4.258)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2 (4.258 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(4.258)(0.25)}{(0.0025)(4.257) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{4.089,38}{10.64 + 0.96}$$

$$n = \frac{4.089,38}{11.60}$$

$$n = 353 \text{ encuestas}$$

De la población proyectada que es la Ciudad de Piñas se aplicara 353 encuesta para el año 2015.

Procedimiento

Según datos obtenidos de la aplicación de la técnica, se aplicó 353 encuestas en la ciudad de Piñas, Cantón Piñas, Provincia de el Oro.

- Primeramente a través de los instrumentos de evaluación tanto a los demandantes como oferentes se procede a organizar la información para presentarla atreves de cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación; información que permitirá realizar el análisis de la oferta, la demanda y demanda insatisfecha; y, proponer estrategias de mercado.
- En base al estudio de mercado se procederá a realizar el análisis del tamaño y localización optima del proyecto, considerando los factores que influyen para el efecto; así mismo se realizara o se establecerá el análisis de la ingeniería del proyecto considerando aspectos como: el componente tecnológico, el proceso productivo, el flujograma de procesos, entre otros; y se presentara una propuesta de la estructura orgánico funcional de la empresa objeto de estudio.
- Posterior a ello se hará un estudio económico financiero para determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa; así mismo se procederá a elaborar en base a esta información los presupuestos de ingresos y gastos.

- Una vez obtenido este conjunto de información se procede a realizar los cálculos de los indicadores financieros como son: VAN, TIR, Análisis de Sensibilidad, R/B-C, P.R.C, etc. los mismos que se los realiza en base al flujo de caja.
- Por último se determinan las conclusiones y las recomendaciones respectivamente.

Anexo N°2**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información oportuna para desarrollar el proyecto de tesis denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE CONFECCIONE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS DE RAZA PEQUEÑA EN LA CIUDAD DE PIÑAS, CANTON PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, por medio de la cual me dirijo a usted para solicitarle se digne a responder a las siguientes interrogantes con la veracidad que corresponde ya que la información será únicamente para fines académicos.

1. ¿En su casa cuenta con una mascota?

Si () No ()

2. ¿Qué tipo de mascota tiene?

Perro () Gato ()
Otros ()

3. Si usted contesto que posee como mascota un perro ¿De qué tamaño es?

Pequeña () Mediana ()
Grande ()

4. ¿Qué es lo que habitualmente le compra a su mascota?

Accesorios ()

Ropa ()

5. Si le compra Prendas que cantidad y con qué frecuencia lo realiza?

	Ropa	Cantidad
Mensual	()	_____
Trimestral	()	_____
Semestral	()	_____
Anual	()	_____

6. ¿Cuál es el costo promedio que paga por las prendas?

Prendas _____

7. ¿Dónde adquiere las prendas o accesorios?

Tiendas de ropa Mascotas ()

Veterinarias ()

Otros ()

8. Si se creara una empresa en la Ciudad de Piñas que confeccione

Prendas para mascotas pequeñas ¿Estaría dispuesto a utilizar nuestro servicio?

Si ()

No ()

9. Le gustaría que esta empresa le ofrezca las siguientes Prendas como son:

PRENDAS

Pantalones ()

Camisetas ()

Vestidos ()

Otros ()

10. ¿Cómo le gustaría que se le oferte el servicio?

Catálogo ()

Teléfono ()

Otros ()

11. ¿Cómo le gustaría que se promocione la nueva unidad productiva?

Descuentos ()

Bonos ()

Otros ()

12. ¿Por qué medio de publicidad desearía que se le haga conocer la existencia de la empresa?

Radio ()

Televisión ()

Internet ()

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	35
f. RESULTADOS.....	42
g. DISCUSIÓN.....	54
h. CONCLUSIONES.....	148
i. RECOMENDACIONES.....	150
j. BIBLIOGRAFÍA.....	151
k. ANEXOS.....	153
INDICE.....	167