



Universidad  
Nacional  
de Loja

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Facultad Jurídica Social y Administrativa  
Carrera de Administración de Empresas

## Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas en la ciudad de Loja.

Trabajo de  
Titulación previo a la  
obtención del título de Ingeniero en  
Administración de Empresas

### AUTOR:

Gilson Alexander Medina Capa

### DIRECTOR:

Ing. Cesar Neira Hinojosa. Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

## **Certificación**

Loja, 21 de marzo de 2023

Ing. Cesar Neira Hinostroza. Mg. Sc

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas, en la ciudad de Loja”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas**, de la autoría del estudiante **Gilson Alexander Medina Capa**, con **cédula de identidad Nro.110566545-7**, una vez que el trabajo cumple con todos los requerimientos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Cesar Neira Hinostroza. Mg. Sc

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Autoría**

Yo, **Gilson Alexander Medina Capa**, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación 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 Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional- Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cedula de identidad:** 110566545-7

**Fecha:** 23 de mayo de 2023

**Correo electrónico:** gilson.medina@unl.edu.ec

**Teléfono o Celular:** 0991884789

**Carta de autorización por parte del autor, para la consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.**

Yo, **Gilson Alexander Medina Capa** declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas, en la ciudad de Loja.”**, como requisito para optar el grado de: **Ingeniero en Administración de Empresas**. Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenios la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 23 días del mes de mayo de dos mil veintitrés.

**Firma:**

**Autor:** Gilson Alexander Medina Capa

**Cédula:** 1105665457

**Dirección:** Loja-Loja

**Correo electrónico:** gilson.medina@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0991884789

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Trabajo de Titulación:** Ing. César Neira Hinojosa. Mg. Sc.

## **Dedicatoria**

El presente Trabajo de Titulación lo dedico primeramente a Dios, ya que me ha dado la fortaleza y perseverancia para superar cada obstáculo y ha sido mi guía en cada decisión tomada.

De igual forma a mis padres, Sr. Francisco Medina y Sra. Lendita Capa, quienes siempre me brindaron su apoyo incondicional en la parte moral y económica para poder llegar a ser un profesional, ellos me han convertido en la persona que soy ahora y han estado en cada paso apoyándome con amor, esfuerzo y sacrificio, para cumplir una a una todas mis metas.

Finalmente, a mi hermana Michelle y mi sobrina Sofia, quienes siempre han estado conmigo apoyándome en los buenos y malos momentos para conseguir mi gran anhelado sueño.

***Gilson Alexander Medina Capa***

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, en especial al cuerpo docente de la Carrera de Administración de Empresas, por los conocimientos y enseñanzas impartidas durante todos estos años de formación, quienes con mucha paciencia, constancia y dedicación me brindaron la educación necesaria, apoyo y confianza durante todo mi proceso de formación profesional, agradecimiento total a la Ing. Roció Toral por guiarme en el desenvolvimiento de mi Trabajo de Titulación.

A mi director de Trabajo de titulación por su apoyo profesional y la paciencia que ha tenido para realizar paso a paso este proyecto. **Ing. Cesar Neira Hinostroza. Mg. Sc**

*Gilson Alexander Medina Capa*

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de Contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de Tablas .....	x
Índice de Figuras .....	xiii
Índice de anexos.....	xiv
<b>1. Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
2.1. Abstract .....	3
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco Teórico</b> .....	<b>6</b>
4.1. Marco Referencial.....	6
4.2. Marco teórico .....	8
4.2.1. Proyecto de la inversión.....	8
4.2.2. Estudio de mercado .....	11
4.2.2.3. Segmento de mercado .....	12
4.2.2.4. Mercado Meta .....	12
4.2.2.5. Población.....	12
4.2.2.6. Tamaño de la Muestra.....	12
4.2.2.7. Producto .....	12
4.2.2.8. Mercado demandante .....	13
4.2.2.9. Análisis de la oferta .....	14
4.2.2.10. Plan comercial.....	15
4.2.3. Estudio técnico.....	16
4.2.3.1. Tamaño y localización .....	16
4.2.3.2. Ingeniería del proyecto .....	18
4.2.4. Estudió Económico-Financiero.....	21
4.2.5. Evaluación financiera.....	23
4.2.5.1. Valor actual Neto .....	24
4.2.5.2. Tasa Interna de Retorno .....	24
4.2.5.3. Análisis de Sensibilidad .....	25
4.2.5.4. Relación Costo-Beneficio .....	25
4.2.5.5. Período de Recuperación del Capital .....	25
4.3. Ropa para mascotas caninas.....	26
4.3.1. Origen .....	26

4.3.2. Industria Textil.....	27
4.3.3. Materias primas.....	28
<b>5. Metodología .....</b>	<b>30</b>
5.1. Materiales.....	30
5.2. Métodos de recolección de datos .....	30
5.3. Técnicas para la recolección de información.....	30
5.4. Instrumento .....	31
5.5. Población y muestra.....	31
5.5.1. Tamaño de la muestra demandantes .....	31
5.5.2. Procedimiento .....	33
<b>6. Resultados.....</b>	<b>35</b>
6.1. Tabulación encuestas a consumidores .....	35
6.2. Resultados de la Oferta .....	51
<b>7. Discusión .....</b>	<b>58</b>
7.1. Estudio de mercado.....	58
7.1.1. Producto Principal.....	58
7.1.2. Mercado Demandante .....	58
7.1.2.1. Análisis de la Demanda .....	58
7.1.2.2. Análisis de la Oferta.....	62
7.1.2.3. Balance oferta y demanda.....	64
7.1.3. Estrategias de comercialización.....	65
7.1.3.1. Producto .....	65
7.1.3.2. Etiqueta .....	66
7.1.3.3. Prenda de vestir “Chompa”.....	67
7.1.3.3.1. Medida de la Chompa .....	67
7.1.3.4. Nombre de la empresa .....	68
7.1.3.5. Slogan .....	68
7.1.3.6. Logotipo.....	68
7.1.3.7. Precio .....	69
7.1.3.8. Plaza.....	69
7.1.3.9. Promoción.....	69
7.2. Estudio Técnico .....	72
7.2.1. Localización.....	72
7.2.1.1. Factores de localización.....	72
7.2.1.2. Macro localización.....	75
7.2.1.3. Micro localización. ....	76
7.2.2. Tamaño .....	77
7.2.2.1. Capacidad Instalada .....	77
7.2.2.2. Capacidad Utilizada.....	78
7.2.3. Ingeniería Del Proyecto .....	79
7.2.3.1. Proceso productivo.....	79
7.2.3.2. Simbología del flujograma.....	80
7.2.4. Distribución de la planta .....	81



7.2.4.1.	Requerimientos de componente tecnológico .....	83
7.2.4.2.	Requerimientos de Materia prima.....	87
7.2.4.3.	Requerimiento del Personal .....	87
7.2.4.4.	Diseño administrativo .....	88
7.2.4.5.	Organigramas .....	90
7.2.4.6.	Manual de Funciones .....	93
7.3.	Estudio Financiero .....	98
7.3.1.	Inversiones .....	98
7.3.1.1.	Activo fijo .....	98
7.3.1.2.	Activos Diferidos .....	100
7.3.1.3.	Capital De Trabajo.....	101
7.3.2.	Resumen de la inversión del proyecto .....	106
7.3.2.1.	Financiamiento.....	106
7.3.2.2.	Estructura de costos y presupuestos de ingresos.....	110
7.3.2.3.	Costo unitario de producción .....	113
7.3.2.4.	Precio unitario de venta .....	113
7.3.2.5.	Clasificación de costos.....	115
7.3.2.6.	Punto de Equilibrio .....	117
7.3.2.7.	Estados Financieros .....	120
7.4.	Evaluación Financiera.....	124
7.4.1.	Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	124
7.4.2.	Valor Actual Neto .....	124
7.4.3.	Tasa interna de retorno.....	125
7.4.4.	Periodo de recuperación del capital .....	126
7.4.5.	Relación Beneficio-costo .....	127
7.4.6.	Análisis de sensibilidad.....	128
<b>8.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>133</b>
<b>9.</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>134</b>
<b>10.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>135</b>
<b>11.</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>137</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1.Población del 2010 de la ciudad de Loja y números de familia .....	31
Tabla 2.Proyección poblacional .....	32
Tabla 3.Distribución de la muestra por parroquias .....	33
Tabla 4.Ingreso mensual familiar .....	35
Tabla 5.Cuentan con mascotas caninas .....	36
Tabla 6.Razas de mascotas caninas .....	37
Tabla 7.Raza pequeña .....	38
Tabla 8.Raza Mediana.....	38
Tabla 9.Raza Grande.....	39
Tabla 10.Tipo de raza .....	39
Tabla 11.Adquiere vestuario.....	41
Tabla 12.Frecuencia y cantidad de adquisición de compra de prendas .....	42
Tabla 13.Promedio de prenda de vestir .....	43
Tabla 14.Lugar que adquiere el vestuario .....	45
Tabla 15.Promociones.....	46
Tabla 16.Tipo de promoción .....	47
Tabla 17.Implementación de una empresa .....	48
Tabla 18.Medios de comunicación .....	49
Tabla 19.Promoción.....	50
Tabla 20.Nombre de las empresas.....	51
Tabla 21.Venta de ropa canina .....	52
Tabla 22.Tipo de ropa canina vende .....	53
Tabla 23.Comercialización pasada.....	54
Tabla 24.Comercialización pasada.....	55
Tabla 25.Precio promedio de venta de prenda canina .....	56
Tabla 26.Adquisición de ropa canina.....	56
Tabla 27.Variables de frecuencia .....	59
Tabla 28.Proyección de la demanda potencial .....	60
Tabla 29.Demandantes reales .....	61
Tabla 30.Demandantes efectivos.....	62
Tabla 31.Oferta Actual.....	63
Tabla 32.Venta de ropa canina anual .....	63
Tabla 33.Proyección de la oferta .....	64

<b>Tabla 34.</b>	<b>Balance de la oferta y demanda .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 35.</b>	<b>Medidas de chompas.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 36.</b>	<b>Presupuesto de Publicidad y Promocion .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 37.</b>	<b>Selección del lugar de implementación de la planta. ....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 38.</b>	<b>Cálculo de la capacidad instalada .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 39.</b>	<b>Cálculo de la capacidad utilizada .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 40.</b>	<b>Participación en el mercado de la capacidad utilizada.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 41.</b>	<b>Simbología del flujograma .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 42.</b>	<b>Diagrama de proceso productivo.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 43.</b>	<b>Maquinaria y equipo.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 44.</b>	<b>Muebles y Enceres de administración.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 45.</b>	<b>Equipos de computo.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 46.</b>	<b>Equipos de seguridad.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 47.</b>	<b>Cantidad de materia prima.....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 48.</b>	<b>Cantidad de materia prima indirecta .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 49.</b>	<b>Manual de funciones Gerente General .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 50.</b>	<b>Manual de funciones Asesor Jurídico .....</b>	<b>94</b>
<b>Tabla 51.</b>	<b>Manual de funciones de secretaria .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 52.</b>	<b>Manual de funciones de vendedor .....</b>	<b>96</b>
<b>Tabla 53.</b>	<b>Manual de funciones de obrero .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla 54.</b>	<b>Maquinaria y Equipo.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 55.</b>	<b>Muebles y enseres de administración.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 56.</b>	<b>Muebles y enseres área de planta .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla 57.</b>	<b>Útiles de oficina .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla 58.</b>	<b>Equipo de computación .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla 59.</b>	<b>Reinversión del equipo de computo.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 60.</b>	<b>Equipo de oficina.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 61.</b>	<b>Resumen de activos fijos.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 62.</b>	<b>Activos Diferidos .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 63.</b>	<b>Materia prima Directa.....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 64.</b>	<b>Materia Prima Indirecta .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 65.</b>	<b>Implementos de producción .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 66.</b>	<b>Rol de pagos de Mano de Obra Directa .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 67.</b>	<b>Sueldos Administrativos.....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla 68.</b>	<b>Servicios Básicos.....</b>	<b>103</b>

<b>Tabla 69.</b>	<b>Suministros de oficina.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 70.</b>	<b>Útiles de aseo .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 71.</b>	<b>Publicidad .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 72.</b>	<b>Arriendo.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 73.</b>	<b>Resumen de capital de trabajo.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 74.</b>	<b>Resumen de la inversión del proyecto .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 75.</b>	<b>Financiamiento de la inversión .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 76.</b>	<b>Datos de Préstamo.....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 77.</b>	<b>Amortización del Préstamo .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 78.</b>	<b>Resumen de Gastos Financieros .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 79.</b>	<b>Depreciación de Activo Fijos.....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 80.</b>	<b>Amortización de activos diferidos .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 81.</b>	<b>Proyección de sueldos .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 82.</b>	<b>Presupuesto de costo total de operaciones .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 83.</b>	<b>Costo Unitario De Producción .....</b>	<b>113</b>
<b>Tabla 84.</b>	<b>Precio de Venta al Publico .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 85.</b>	<b>Presupuesto de Ingresos .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 86.</b>	<b>Clasificación de Costos .....</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 87.</b>	<b>Estado de Pérdidas o Ganancias.....</b>	<b>121</b>
<b>Tabla 88.</b>	<b>Flujo de Caja Proyectado .....</b>	<b>123</b>
<b>Tabla 89.</b>	<b>Porcentaje de índice inflación anual .....</b>	<b>124</b>
<b>Tabla 90.</b>	<b>Valor Actual Neto .....</b>	<b>125</b>
<b>Tabla 91.</b>	<b>Tasa interna de retorno .....</b>	<b>126</b>
<b>Tabla 92.</b>	<b>Periodo de recuperación del Capital .....</b>	<b>126</b>
<b>Tabla 93.</b>	<b>Relación Beneficio - Costo.....</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 94.</b>	<b>Análisis de Sensibilidad Con Incrementos En Costos .....</b>	<b>129</b>
<b>Tabla 95.</b>	<b>Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos.....</b>	<b>131</b>

## Índice de Figuras

Figura 1.Ingreso mensual familiar .....	35
Figura 2.Cuentan con mascotas caninas.....	36
Figura 3.Razas de mascotas caninas .....	37
Figura 4.Tipo de raza .....	40
Figura 5.Adquiere vestuario .....	41
Figura 6.Promedio de prenda de vestir.....	44
Figura 7.Lugar que adquiere el vestuario .....	45
Figura 8.Promociones .....	46
Figura 9.Tipo de promoción.....	47
Figura 10.Implementación de una empresa .....	48
Figura 11.Medios de comunicación .....	49
Figura 12.Promoción .....	50
Figura 13.Venta de ropa canina .....	52
Figura 14.Tipo de ropa canina vende.....	53
Figura 15.Precio promedio de venta de prenda canina.....	56
Figura 16.Adquisición de la ropa canina .....	57
Figura 17.Etiqueta de la ropa para mascota canina parte delantera.....	66
Figura 18.Etiqueta de la ropa para mascota canina parte trasera.....	66
Figura 19.Chompas para mascotas caninas raza pequeña .....	67
Figura 20.Medidas en mascota caninas pequeñas .....	67
Figura 21.Slogan .....	68
Figura 22.Logotipo.....	69
Figura 23.Canal de distribución .....	69
Figura 24.Llaveros de promoción.....	70
Figura 25.Collares de promoción .....	70
Figura 26.Tarjeta de presentación .....	71
Figura 27.Tarjeta de presentación .....	71
Figura 28.Publicaciones en redes sociales.....	71
Figura 29.Mapa del Ecuador .....	75
Figura 30.Mapa de la provincia de Loja.....	76
Figura 31.Mapa de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Loja .....	76
Figura 32.Ubicación de la empresa .....	77
Figura 33.Distribución de la planta.....	82
Figura 34.Organigrama estructural.....	90
Figura 35.Organigrama Funcional.....	91
Figura 36.Organigrama de posición.....	92
Figura 37.Punto de Equilibrio del Año 1 .....	117
Figura 38.Punto de Equilibrio del Año 3 .....	118
Figura 39.Punto de Equilibrio del Año 5 .....	119

## Índice de anexos

<b>Anexo 1. Encuesta a los consumidores.....</b>	<b>137</b>
<b>Anexo 2. Encuesta a los oferentes.....</b>	<b>138</b>
<b>Anexo 3. Esquema del Marco Teórico.....</b>	<b>139</b>
<b>Anexo3: Certificado de traducción del Resumen.....</b>	<b>140</b>

## **1. Título**

“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas en la ciudad de Loja”

## 2. Resumen

El “**Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas en la ciudad de Loja**”; la idea es brindar a los consumidores un producto de calidad, aprovechando los recursos existentes, mano de obra calificada, materia prima y contribuyendo de esta forma al desarrollo socio-económico, cumpliendo con los objetivos requeridos para el proceso del estudio de la investigación, se ejecutaron los estudios que permitieron determinar su factibilidad, utilizando los métodos analítico, deductivo e inductivo, así como también las técnicas de encuesta y entrevista; el segmento escogido para el estudio fueron las familias de la ciudad de Loja, y se calculó una muestra de 382 encuestas. El estudio de mercado tuvo una demanda insatisfecha de 37226 prendas al año, para el primer año. El estudio técnico determinó una capacidad instalada de 43800 prendas y una capacidad utilizada de 10.400 prendas al año; tendrá una participación de mercado del 28% además adoptará la denominación de Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada y llevará su razón social como “MASCOTIN” E.U.R.L.; ubicada dentro de la Ciudad de Loja. El estudio financiero determinó una inversión de \$8692,29 dólares, para la implementación del proyecto, el cual será financiado por el 31% en capital propio, el 69% en capital externo. Según los indicadores financieros se obtuvo un valor actual neto positivo de \$14.489,23 dólares; la tasa interna de retorno de 68.10%; en la relación beneficio-costos una rentabilidad de \$1,21 dólares, lo cual quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,21 centavos de rentabilidad; el periodo de recuperación de capital será 1 año, 4 meses y 20 días; el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos de 12,20% con una sensibilidad de 1.00, mientras que podrá soportar una disminución en sus ingresos de hasta 10.08%, generándose una sensibilidad del 1.00, por tanto, se puede decir que el proyecto es factible

**Palabras claves:** Proyecto de inversión, factibilidad, ropa para mascotas caninas



## 2.1. Abstract

The "**Feasibility project for the production and commercialization of clothing for canine pets in the city of Loja**"; the idea is to provide consumers with a quality product, taking advantage of existing resources: skilled labor and raw material and thus contributing to socio-economic development, meeting the objectives required for the research study process, we conducted studies to determine its feasibility, using analytical, deductive and inductive methods, as well as survey and interview techniques; the segment chosen for the study were the families of the city of Loja, and we calculated a sample of 382 surveys. The market study had an unsatisfied demand of 3,7226 garments per year for the first year. The technical research study determined an installed capacity of 43800 garments and a utilized capacity of 10,400 garments per year; it will have a market share of 28% and will adopt the name of Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada and will be known as "MASCOTIN" E.U.R.L.; located in the city of Loja. The financial study determined that the investment required would be of 8692.29 dollars for the implementation of the project, which we will finance by 31% in shareholders' equity capital, and 69% in external capital. According to the financial indicators, we obtained a positive net present value of 14,489.23 dollars; the internal rate of return is 68.10%; in the benefit-cost ratio, the profitability of 1.21 dollars, which means that for every dollar invested, we will obtain 0.21 cents of profitability; the capital recovery period will be one year, four months and 20 days; the sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in costs of 12.20% with a sensitivity of 1.00, while it will be able to withstand a decrease in income of up to 10.08%, generating a sensitivity of 1.00; for these reasons, we can say that the project is feasible

**Keywords:** Investment project, feasibility, canine pet clothing

### **3. Introducción**

Los proyectos de inversión son muy importantes ya que permiten evaluar y analizar las ventajas y desventajas a la hora del inicio y desarrollo de las actividades de la empresa, y con la aplicación de los estudios pertinentes ayudan en la determinación de la factibilidad y rentabilidad de la misma.

El desarrollo del presente proyecto es con la finalidad de conocer su factibilidad, ya que en la ciudad de Loja se ha evidenciado que, si existe oferta de ropa para mascotas caninas, sin embargo, no es muy conocida por parte de los consumidores y de los beneficios que esta ofrece.

Por ello, con la implementación de este proyecto se podrá satisfacer las necesidades del mercado al ofrecer un producto de calidad, así como también generar fuentes de empleo.

El proyecto inicia con el título, el cual está estructurado de forma clara, seguidamente el resumen, donde se detalla los aspectos más relevantes a los que se llegó luego de haber concluido el proyecto, posteriormente se realizó la revisión de literatura la cual contiene tanto el marco referencial como el marco teórico que son la base científica, y permitió sustentar el trabajo de investigación.

La población objeto de estudio son las familias de la ciudad de Loja, consecuentemente se utilizaron métodos como el analítico, deductivo e inductivo, además de técnicas para el desarrollo de la investigación tales como la encuesta y entrevista, se calculó el tamaño de la muestra, misma que sirvió para aplicar un número de 382 encuestas. En los resultados se encuentra la tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas tanto a los demandantes como a los oferentes.

En cuanto a la discusión se analizó primeramente el estudio de mercado, el cual permitió determinar la oferta y demanda insatisfecha, además de la información que permitió realizar el plan de comercialización enfocadas en el producto, precio, plaza y promoción.

Se realizó también el estudio técnico en el cual se establece la localización de la planta y el tamaño, con el objeto de determinar la capacidad instalada y utilizada; en la ingeniería del proyecto se incluye la descripción del proceso de producción de ropa para mascotas, la distribución de la planta, y los requerimientos necesarios para ejecutar el proyecto. En base al estudio legal y administrativo se determinó la estructura orgánica y funcional de la empresa, que está en concordancia con la base legal y organizacional establecida complementándose esta etapa de la investigación con la construcción del

organigrama estructural y funcional, además el manual de funciones en el cual se especifica la naturaleza del cargo, funciones principales, características y requisitos mínimos para el desempeño de cada puesto.

En el estudio económico, se realizó el cálculo de los recursos necesarios para la instalación y funcionamiento de la empresa, y se determinó las fuentes de las que se obtendrán los recursos económicos, también se determinó el presupuesto de costo total de operaciones y el cálculo del precio de venta al público.

La verificación de la factibilidad del proyecto, fue posible mediante el desarrollo de los principales indicadores de la evaluación financiera, como son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (R B/C), el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C), y el Análisis de Sensibilidad. Finalmente, las respectivas conclusiones y recomendaciones, la bibliografía utilizada y los anexos respectivos complementan la presente investigación.

## 4. Marco Teórico

### 4.1. Marco Referencial

De acuerdo a la investigación de Díaz (2014), en su trabajo de investigación sobre la “Creación de una empresa productora y comercializadora de ropa para mascotas en la ciudad de Quito”, sostuvo que en el estudio de mercado, se establece que se obtiene un 87% de aceptación de acuerdo a una investigación de campo, en la cual se impulsa a realizar el presente estudio, además que existe una gran oportunidad de negocio ya que existe el 71.871 de posibilidades de acceder a un nicho de mercado, y así cubrir la demanda insatisfecha; según los estudios la autora manifiesta que para poner en marcha este proyecto es importante implementar tecnología como una máquina de coser recta marca siruba, máquina de coser overlock marca siruba, cortadora de 7 pulgadas marca Gemsy, una sublimadora Plotter marca mutoh , además de plancha térmica marca neumática que son necesarias para la elaboración de este producto, ya que es una inversión considerable con referencia a la evaluación del proyecto; en cuanto la estructura de financiamiento muestra que los recursos con que se cuenta representan el 25% de total, por eso se acude a instituciones estatales que impulsan la creación de proyectos y no buscan beneficios como en el caso de los entes privados además los indicadores como el VAN que es de \$73110 en el primer año y el TIR de un 25,72% muestran que es viable el proyecto para cualquier inversionista, alcanzando el proyecto una ganancia de 0,56 centavos de dólar por cada dólar invertido, lo que es atractivo para cualquier inversionista.

Según Marisol (2017), en su trabajo de investigación sobre el “Diseño de un plan de negocios orientado a la creación de una boutique manufacturera de ropa para perros en la ciudad de Guayaquil”, sostiene que este proyecto es viable y rentable, debido a que los costos de producción tanto, de colecciones como de pedidos personalizados por clientes, son más bajos en comparación a las que se pueden llegar a importar por causa de las nuevas tasas arancelarias, salvaguardias y costos de importación de ropa para mascotas ya que cada vez presenta un incremento y aceptación, debido a que los perros ya no son solo un animal, sino que son un integrante más de la familia y por lo tanto requieren mayor atención, además que estos productos juega un rol importante para el desarrollo de este negocio, en cuanto su venta por catálogo minimiza sus costo y tiene una mayor accesibilidad al llegar al posible comprador con mucha más facilidad.

Según Matailo (2016), en su trabajo de investigación sobre, “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”, sostiene que existe una demanda insatisfecha que para el primer año sería de \$7.876,00, de modo que su capacidad utilizada por hora es de 3 prendas, un valor de \$6,56 por unidad, con respecto a la evaluación financiera se tiene un flujo de caja con un valor de \$4.704,14 para el primer año, un Valor actual neto de \$13.023,25, una tasa interna de retorno de 70,15% dando como resultado que el proyecto si es factible.

De acuerdo al trabajo de investigación de Cárdenas (2019), sobre “Tienda de mascotas online”, sostiene que en los últimos años la venta de artículos y alimento para mascota ha tenido un crecimiento importante, con base al estudio de mercado realizado en la ciudad de Bogotá D.C se pudo evidenciar que la disposición que tendrían los consumidores por comprar en una tienda de mascotas de manejo online, que ofrezca productos innovadores para sus mascotas, actividades de integración y obtenerlos en la puerta de su casa en el menor tiempo posible, siendo un proyecto viable ya que proyección de crecimiento hasta el año 2023, destacándose por encima de mercados como ropa y calzado; desde el punto de vista financiero el proyecto tendría resultados factibles en los cinco primeros años de funcionamiento como el VAN que es de \$4.869.115 y la TIR de un 28,2% según las cifras proyectadas que se tienen, es rentable, tiene un porcentaje considerable de retorno de la inversión inicial, su flujo de caja es suficiente para cubrir pasivos, estado de resultados genera ganancias, son pocas, pero cada año incrementan, debido al reconocimiento que se logre frente a los clientes y el esfuerzo por tener campañas para aumentar el número de consumidores; el balance general es favorable, presenta muy pocos pasivos y un activo fuerte.

Según López (2013), en su trabajo investigativo sobre “Plan de negocios para la creación de la empresa Estilo Pets empresa proveedora de ropa para perros”, sostiene que el proyecto es viable y rentable, ya que el primer año se tendrá una utilidad neta del ejercicio de \$ 16.130 dólares con un flujo de caja positivo para todo el periodo de cinco años lo cual significa que los inversionistas no requerirán realizar nuevas aportaciones de capital como tampoco recurrir a nuevos créditos bancarios; los ingresos estimados para el primer año son de \$ 155.520 dólares y sus costos totales representan la cantidad de \$133.654; El promedio de venta neta por cada día es de \$540 dólares; equivale a ventas netas mensuales por \$ 12.960, que a su vez representarían ventas netas anuales por \$155.520 concluyendo que el presente proyecto es técnica económica y financieramente rentable el cual va a generar beneficios a

sus inversionistas, como a sus colaboradores y clientes.

Con los trabajos tomados como referencia permitirán la contrastación de resultados, con el tema objeto de estudio con lo analizado.

## **4.2. Marco teórico**

El presente estudio de factibilidad para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas, mismo que se fundamentara por los siguientes contenidos teóricos:

### **4.2.1. Proyecto de la inversión**

#### **4.2.1.1. Definición**

Un proyecto de inversión son inversiones patrimoniales que requieren una cuidadosa investigación previa de todas las áreas que afectarán o apoyarán la investigación. Morales (2009).

Por otro lado, Departamento Administrativo de Planeación (2010), menciona que el proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica la utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados.

#### **4.2.1.2. Tipos de proyecto**

Para autores como Morales (2009) ,es útil presentar diferentes clasificaciones de tipos de proyectos basadas en diferentes criterios, a saber:

##### **a) Según el sector económico se pueden agrupar en:**

- Proyectos del sector primario.
- Proyectos del sector secundario: En el estudio secundario "Incluye el procesamiento de materias primas en productos terminados, por ejemplo, fabricación de llantas, automóviles, procesamiento de petróleo crudo y sus derivados, fabricación de televisores, ropa, etc. Esta categoría abarca todas las inversiones relacionadas con el procesamiento de materias primas en productos industriales.

- Proyectos del sector terciario.

##### **b) Según el punto de vista empresarial**

Según, Morales (2009), mención que Weston y Brigham realizan una clasificación de los proyectos de inversión que se refiere de manera específica a aquellos que las empresas requieren para mantenerse en el mercado en forma competitiva. Entre ellos incluyen:

- Proyectos de reemplazo, mantenimiento del negocio.
- Proyectos de reemplazo, reducción de costos
- Expansión de los productos o mercados existentes: Son Inversiones que crean nuevos productos y/o aseguran una presencia en mercados no asegurados. Estos proyectos

involucran decisiones estratégicas que pueden cambiar la naturaleza fundamental del negocio; Además, te piden que pagues grandes sumas de dinero durante un período de tiempo muy largo.

- Expansión hacia nuevos productos o mercados.
- Proyectos de seguridad o ambientales.
- Otros.

**c) Según su dependencia o complementariedad**

- Mutuamente excluyentes.
- Independientes.
- Dependientes.

**d) Según el sector de propiedad**

- Sector privado. Son inversiones de sociedades cuyo capital sea propiedad de personas físicas. Los indicadores clave de desempeño están determinados por la utilidad de la inversión, teniendo en cuenta el costo de financiamiento del proyecto.
- Sector público.
- Participación mixta.

**4.2.1.3.Importancia de la elaboración del proyecto**

La importancia de los proyectos se debe principalmente a que en nuestra sociedad de consumo existen productos y servicios que usamos todos los días que nos brindan felicidad y satisfacción, por lo que siempre existe la necesidad de invertir en un producto o servicio, pues este es la única manera de producir un producto o servicio.

**4.2.1.4.Ciclo de vida de los proyectos de inversión**

Según Chain (2016), en su investigación menciona las etapas de los proyectos de inversión que se presentan a continuación:

**Idea**

La etapa de idea corresponde al proceso sistemático de búsqueda de nuevas oportunidades de negocio u oportunidades para mejorar las operaciones de una empresa, proceso que resulta de la identificación de posibles soluciones a los problemas e ineficiencias internas o alternativas de solución. hacer frente a las oportunidades de negocio que puedan surgir.

En la etapa de idea se realiza el primer diagnóstico de la situación actual. Aquí, el proyecto debe estar relacionado con la solución del problema para el cual se ha encontrado la principal evidencia de la conveniencia de su implementación.

La gestión de intereses fomenta la búsqueda continua de ideas de proyectos a través de varios mecanismos, como:

- **Análisis de problemas:** Una solución posible a los problemas de otras personas que se puede convertir en un proyecto como protección contra la inseguridad, servicios en el hogar para apoyar el desarrollo de las esposas que trabajan, etc.

- **Análisis de necesidades:** Hoy en día, las personas pueden satisfacer algunas de sus necesidades ya que no existe una oferta de productos que las satisfaga por completo.

- **Análisis de los deseos:** Vestirse es una necesidad, pero en la actualidad vestir a la moda es un deseo.

- **Análisis del cambio en los gustos y preferencias:** la mayor preocupación la apariencia física.

La creación de ideas de proyectos no solo requiere imaginación. Hay muchas fuentes diferentes de inspiración. Observar lo que ocurre ahora permite sacar conclusiones sobre posibles mejoras, y analizar las necesidades de la propia empresa y su entorno permite calibrar la satisfacción del cliente. (Chain, 2016).

### *Pre inversión*

La etapa de pre inversión corresponde a un estudio de viabilidad económica de las diferentes soluciones identificadas para cada concepto de diseño.

Este paso se puede desarrollar de tres maneras diferentes dependiendo de la cantidad y calidad de la información incluida en la evaluación.:

- Perfil
- Prefactibilidad
- Factibilidad.

Cuanto menor sea la cantidad y la calidad de la información, más se acercará la encuesta al nivel de perfil; y lo más grande posible, lo más cerca posible. En otras palabras, profundizar en el caso de negocios reduce la incertidumbre sobre algunas de las variables que determinan el resultado de medir la rentabilidad del proyecto al aumentar la inversión en investigación. (Chain, 2016).

La prefactibilidad y la factibilidad son esencialmente dinámicas; es decir, pronostican costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresan como flujos de efectivo estructurados basados en criterios predefinidos y generalmente aceptados.

- **En el nivel de prefactibilidad:** Los costos y beneficios se pronostican con base en criterios cuantitativos, pero principalmente utilizando información secundaria.



- **En el nivel de factibilidad:** La información es orientativa y se utiliza principalmente información de tipo básico. La información primaria es información generada por la propia fuente de información.

### *Inversión*

A su vez, la etapa de inversión corresponde a la implementación del proyecto, cuando todas las inversiones se materializan antes del lanzamiento.

Además, Pasaca (2017), añade que esta etapa se divide en:

- **Proyectos de Ingeniería.** Consiste en la materialización de la obra física de acuerdo con los estudios ejecutados en la etapa de pre inversión.
- **Negociación del Financiamiento.** Se procede a establecer los requerimientos financieros del proyecto con la finalidad de conocer las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero.
- **Implementación.** Consiste en poner en práctica las actividades que permitan que la nueva unidad productiva tenga todos los recursos necesarios para su buen funcionamiento. (Manuel Pasaca, 2017).

### *Operación*

La etapa de operación es la fase donde se han completado las inversiones; por ejemplo, usar máquinas nuevas en lugar de viejas, comprar servicios internos de terceros, niveles de producción más altos considerados como resultado de la inversión en la expansión de la fábrica o el inicio de un nuevo negocio. (Chain, 2016).

## **4.2.2. Estudio de mercado**

### **4.2.2.1. Definición**

Es seleccionar información de un mercado específico, para establecer estrategias de acuerdo al diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado como: Precio, Calidad, Canales de Comercialización, Publicidad, Plaza y Promoción; ya que permite conocer el conocimiento del producto en su fase de introducción en el mercado. (Manuel Pasaca, 2017).

Según Kotler & Keller (2012), el mercado tradicionalmente es una ubicación física donde se reúnen compradores y vendedores para comprar y vender bienes. Los economistas describen el mercado como el grupo de compradores y vendedores que realizan transacciones sobre un producto o clase de productos.

### **4.2.2.2. Objetivo de la investigación de mercado**

Según Morales Arturo (2009), el objetivo principal de la investigación de mercado es

determinar si el producto y/o servicio producido o vendido es aceptable en el mercado y si los consumidores potenciales están dispuestos a comprarlo. A veces, los productos o servicios necesitan modificaciones porque los consumidores prefieren que tengan funciones diferentes a las que tienen; por lo que las empresas necesitan saber exactamente lo que está en demanda.

#### **4.2.2.3. Segmento de mercado**

La segmentación consiste en dividir un mercado global en grupos de compradores más pequeños con características semejantes, para las cuales resulte rentable destinar una determinada oferta y acciones de promoción. (Escudero, 2011).

#### **4.2.2.4. Mercado Meta**

Se determina el tamaño del mercado en el que se pretende instalar el producto del proyecto de inversión. (Morales Arturo, 2009).

#### **4.2.2.5. Población**

Es el conjunto de personas u elementos en el que se quiere estudiar una o más características en una investigación (López, 2004).

#### **4.2.2.6. Tamaño de la Muestra**

El tamaño de la muestra se calcula con base en algún nivel de confianza de la varianza de la muestra y el tamaño de la población. (Spag, 2011).

Se considera que para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar la siguiente formula:

$$n = (Z^2 * N * P * Q) / e^2 (N - 1) + Z^2$$

**En donde:**

**Z**= Nivel de confianza.

**N**= Población de estudio.

**e** = Error experimental.

**P**= probabilidad de éxito

**Q**= Probabilidad de Fracaso

#### **4.2.2.7. Producto**

Según Morales (2009), el producto "Es todo lo que se puede ofrecer al mercado para satisfacer un deseo o necesidad. "

Un producto puede ser un bien físico, un servicio, una experiencia, un evento, una persona, un lugar, una organización, una información, una idea, etc.

El presente estudio de factibilidad hace referencia a un producto artesanal.

#### ***Producto artesanal***

Son aquellos productos que se producen con ayuda de herramientas o a mano siempre

y cuando la contribución manual directa del artesano se el componente más importante del producto terminado.

Según, Manuel Pasaca (2017), un producto contiene los siguientes elementos:

***Producto principal***

Es el producto que ofrecerá la nueva unidad productiva con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores, ya que las características del producto principal ayudan a generar valor para la empresa.

***Producto secundario***

Es el producto que se obtiene con los residuos de la materia prima, puede consumirse directamente, además de usarse en otro proceso de producción, desecharse o reciclarse.

***Producto sustituto***

Es el producto que se utiliza en lugar de otro, ya que puede ser utilizado para la misma función en la satisfacción de la necesidad.

***Producto Complementario***

Estos son productos en los que se puede utilizar un producto principal, pero no todos los productos principales requieren un producto complementario para satisfacer la demanda.

**4.2.2.8. Mercado demandante**

Son los consumidores o usuarios del producto y por lo tanto es importante identificar sus características comunes a través de una adecuada segmentación del mercado en función del género, edad, ingresos, lugar de residencia, educación, etc. (Manuel Pasaca, 2017).

**Análisis de la demanda**

La demanda es la cantidad de un producto (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio dado para satisfacer una necesidad particular.

La relación entre diferentes alternativas de precios y la cantidad demandada resultante se expresa como una curva de demanda. En general, la demanda y el precio están inversamente relacionados: a mayor precio, menor demanda. (Esparza, 2013).

El estudio de la demanda tiene como propósitos:

- Cuantificar la cantidad de productos que el mercado está dispuesto a adquirir.
- Conocer las características de los productos que requiere el mercado.
- Determinar si el producto puede satisfacer las necesidades del mercado.
- Conocer a detalle las necesidades de la población.
- Identificar las características de los consumidores.

- La demanda depende de varios factores, a saber:
- La necesidad real del bien o servicio.
- El precio del producto.
- El nivel de ingresos de la población.

Dentro de las principales herramientas de investigación de mercado que se emplean para analizar la demanda se encuentran:

**Consumo Nacional Aparente (CNA).** -Es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere.

**Producción nacional + Importaciones – Exportaciones Demanda = CNA**

**Tipos de demanda:**

**Por su oportunidad:**

- Demanda satisfecha
- Demanda insatisfecha

**Por su necesidad:**

- Demanda de bienes sociales y necesarios
- Demanda de bienes suntuarios

**Por su temporalidad:**

- Demanda continua
- Demanda cíclica o estacional

**Por su destino:**

- Demanda de bienes finales
- Demanda de bienes intermedios

#### **4.2.2.9. Análisis de la oferta**

Según, Esparza (2013), la oferta es la cantidad de un bien o servicio que los productores ofrecen al mercado a un precio determinado. El análisis de la oferta identifica o mide la cantidad y las condiciones bajo las cuales la economía puede y está dispuesta a suministrar bienes o servicios en el mercado. Según el grado de control del productor o del productor sobre el mercado:

Para este estudio de investigación en el presente proyectos, es importante analizar los siguientes datos que son:

- Número de productores.
- Localización.
- Capacidad instalada y utilizada.

- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

Además, es necesario realizar una previsión de la oferta en la que basarse para obtener una imagen completa de la oferta futura, teniendo en cuenta la inflación, el PIB, el índice de precios, etc.

**Demanda potencial o insatisfecha:** Es la cantidad de un bien o servicio que es probable que el mercado consuma en los próximos años, destacando que si se cumplen las condiciones bajo las cuales se realizan los cálculos, no lo es, cualquier fabricante actual puede satisfacerla.

#### ¿Cómo se calcula la Demanda potencial o insatisfecha?

Después de construir los datos de oferta y demanda y un pronóstico en el tiempo para cada año del período considerado, la demanda potencial insatisfecha se determina simplemente diferenciándolos y usando la siguiente expresión:

$$\text{DEMANDA POTENCIAL} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

Para que surja una potencial necesidad insatisfecha, el resultado debe ser el requisito de que la demanda supere la oferta, demostrando así que la nueva unidad de producción o servicio tiene la capacidad de ingresar al mercado que se está segmentando.

En la práctica, la escasez de datos hace que solo haya una curva de tendencia en el gráfico, donde la oferta es igual a la demanda, por lo que es importante enfatizar el origen de los datos obtenidos, enfatizando que los datos recopilados obtenidos de fuentes primarias son más significativos. y representativas que las obtenidas de fuentes primarias. fuente secundaria.

#### 4.2.2.10. Plan comercial

Según el autor Sandy (2002), Un plan de negocios se define como poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos.

Por otro lado, Stutely (2000), el plan de negocios es una estrategia inteligente menciona que es cuando “se expone en un método una cierta actividad en cierto periodo en el futuro” y esto se puede realizar en cualquier actividad y en cualquier periodo de tiempo.

#### La Importancia de un Plan de Negocios

El plan de negocios nos ayuda a evaluar las operaciones de la empresa, así como los diferentes caminos que tomará de acuerdo al escenario previsto. Un plan de negocios se utiliza para proporcionar información a los usuarios de la empresa, bancos, inversores e

instituciones financieras que pueden brindar asistencia financiera a la empresa en algún momento. (Jack Fleitman, 2015).

- **Producto**

Según, Armstrong (2008), el producto es la concentración del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarcar objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

- **Precio**

El precio se define como "la expresión del valor de cambio de un bien o servicio en términos monetarios o la cantidad de dinero que debe ser entregada para obtener el bien (Córdova Padilla, 2011).

- **Canales de distribución**

Los canales hacen el trabajo de mover los bienes de los productores a los consumidores, cerrando las brechas de tiempo, lugar y propiedad que separan los bienes y servicios de quienes los necesitan (Morales Arturo, 2009).

#### **4.2.3. Estudio técnico**

Según el autor, Arturo Morales (2009), a través de la investigación en ingeniería se determina la mejor ubicación de los objetos, es decir, el objeto que reúne todas las características que permiten el desarrollo eficiente del proceso productivo. Además, es necesario mantener una distancia óptima de los mercados de consumo y de productos básicos, lo que le permite minimizar costos y gastos. De igual forma, debe tener acceso rápido y económico a todos los factores que afectan la producción y venta de productos y/o servicios para los cuales se espera inversión, tales como medios de comunicación, energía, electricidad, seguridad, instalaciones médicas y educación de los empleados, drenaje de aguas residuales, etc.

##### **4.2.3.1. Tamaño y localización**

###### **Tamaño del proyecto**

El tamaño óptimo del proyecto se refiere a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante lo que se considera normal para la naturaleza del proyecto en consideración, medida en unidades de producción por año.

Para determinar el tamaño de la planta se deben tener en cuenta aspectos básicos como la demanda existente, las instalaciones de instalación, el uso de materia prima, la disponibilidad de tecnología, los requerimientos de mano de obra, etc. (Manuel Pasaca, 2017)

- **Capacidad Teórica.** Es una potencia diseñada para funcionamiento mecánico

y su rendimiento óptimo depende de algunos factores como la temperatura, la altitud, la humedad que componen el ambiente en el que se instala. A esta potencia se le llama potencia teórica porque cuando la máquina sale de fábrica es muy difícil instalarla en el lugar donde fue diseñada y construida. (Manuel Pasaca, 2017)

- **Capacidad instalada.** Técnicamente, la capacidad es el máximo de unidades (bien eso servicios) que se pueden obtener de unas instalaciones productivas por una unidad de tiempo (Salazar, 2003)

“Se entiende por tamaño óptimo aquel que permite obtener el costo unitario mínimo de producción, desde el punto de vista social o la maximización de las utilidades, desde el punto de vista privado” (Muñoz, 2011)

Para determinar la capacidad instalada se realiza un detalle de la maquinaria a utilizar, con sus respectivos tiempos y cantidades producidas.

- **Capacidad utilizada.** Este es el volumen de producción que se puede realizar de acuerdo con las especificaciones de la máquina, la eficiencia del trabajo, la demanda, etc.
- **Capacidad Real.** Según, Spag (2011), es el promedio anual de desempeño efectivo calculado a partir de variables internas (capacidad del sistema) y externas (demanda).

### **Localización del proyecto**

La ubicación se refiere a "Elegir la ubicación más adecuada para un proyecto, es decir, una ubicación que, en relación con otras alternativas posibles, brinde el mayor nivel de beneficio para los usuarios y la comunidad. con el costo social más bajo en definición o factores contribuyentes” (Salazar, 2003)

#### **- Localización a nivel macro**

Según, Ramiro Salazar (2003), “La macro - localización incluye determinar la posición de una empresa tanto en el país como en el espacio rural y urbano de una determinada zona.”

“En primer lugar, examinar dentro de un conjunto de criterios y parámetros relevantes a la naturaleza del proyecto, área o área relevante a la ubicación del Proyecto: región, comuna, área rural, área urbana y dentro de estas áreas geográficas.” (Salazar, 2003)

#### **- Localización a nivel micro**

La micro localización permite un análisis profundo de varios aspectos y relacionados con la ubicación exacta y específica donde se instalará la empresa.

Según Ramiro Salazar (2003), considera los siguientes factores en el análisis:

- Existencia de vías de comunicación y medios de transporte
- Servicios públicos básicos.
- Topografía y estudios de suelos.
- Condiciones ambientales y de salubridad.
- Control ecológico.
- Precio de la tierra.
- Sistema de circulación y tránsito.
- Financiamiento.
- Tamaño y tecnología.
- Conservación del Patrimonio Histórico-Cultural.

#### **4.2.3.2. Ingeniería del proyecto**

La tarea de esta parte del estudio es vincular los recursos físicos para lograr los requerimientos óptimos de producción, y se relaciona básicamente con la construcción de las naves industriales, los equipos y las características productivas de la empresa. (Manuel Pasaca, 2017).

El presente estudio tiene como finalidad dar solución a todo lo relacionado con: instalación y operación de planta, ilustración del proceso productivo y maquinaria y equipo necesario.

- **Componente tecnológico.** Implica la identificación de máquinas y equipos que sean adecuados para los requerimientos del proceso productivo y cumplan con el nivel de producción esperado en base al nivel de demanda a satisfacer.

- **Infraestructura física.** Se trata de la parte física del negocio, identificando las áreas necesarias para completar cada actividad en la fase de operaciones.

- **Distribución en planta.** Se define como la disposición física de los elementos que componen la instalación industrial o de servicios. Este diseño incluye el espacio necesario para el movimiento, almacenamiento y todas las actividades que se desarrollan en la instalación anterior.

### ***Diseño organizacional***

#### **Base Legal**

Según, Manuel Pasaca (2017): “El propósito de este aspecto es determinar la viabilidad del proyecto con base en las leyes y reglamentos que rigen el proyecto, uso de productos, spin-offs, patentes, etc. Considere la legislación laboral y su impacto en los



sistemas de contratación, las contribuciones a la seguridad social y otras obligaciones laborales.”

### **Tipos de Compañías**

Según la Ley de Compañías (2018), existen cinco especies de compañías de comercio, las cuales se enuncian a continuación:

- **Compañía en nombre colectivo:** Es un contrato entre dos o más personas físicas que actúan en nombre de una empresa, que se celebrará por acto público. El capital de la sociedad está constituido por aportes de los socios, quienes deben aportar al menos el 50% del capital para la constitución de la sociedad.
- **Compañía en comandita simple y dividida por acciones:** Para este tipo de compañía, solo las personas físicas pueden ser socios limitados y las personas jurídicas pueden ser socios limitados. El capital de la sociedad se dividirá en acciones ordinarias de igual valor nominal.
- **Compañía de responsabilidad limitada:** Es un contrato entre dos o más personas que sólo responden por la obligación social de inversión personal, que es siempre mercantil, pero sus socios que la hacen no adquieren calidad mercantil.
- **Compañía anónima:** Una sociedad anónima es una sociedad cuyo capital en acciones en circulación consiste en aportes de accionistas que son responsables únicamente por el volumen de sus acciones.
- **Compañía de economía mixta:** el Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público podrán participar con el capital privado, los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio. (Ley de compañías, 2018)

## **Estudio Administrativo y Legal**

Es el estudio y diseño de aspectos como las funciones, responsabilidades, autoridad, líneas de comunicación, jerarquías, etc., aquellas actividades de las personas que hacen funcionar la empresa.

### **Constitución de la empresa**

La constitución de la empresa es de gran importancia para desarrollar adecuadamente las actividades productivas y de comercialización transmite seriedad, transparencia permitiendo que se realice sus operaciones en el ámbito legal. (Salvador Perez, 2017).

### **Denominación social**

La nueva unidad productiva debe escoger el nombre comercial con el que va a trabajar además la compañía limitada deberá constituirse con dos o más socios, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías.

### **Estructura organizativa**

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa u organización, en la que constan los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad o asesoría. (Salvador Perez, 2017).

### **Organigramas**

- **Organigrama estructural**

Según Manuel Pasaca (2017), es 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.

- **Organigrama funcional**

Los diversos departamentos se organizan con base en las funciones que requiere desarrollar la compañía para lograr los objetivos para los que fue creada.

- **Organigrama posicional**

Es la forma más sencilla de crear una estructura organizacional, consiste en diseñar responsabilidades, de acuerdo con su competencia, además en este organigrama es opcional especificar la remuneración del puesto y el nombre de la persona que se encuentra a cargo del puesto.

### **Manual de funciones**

Según Manuel Pasaca (2017), "Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna).
- Dependencia jerárquica (Relaciones de autoridad).
- Naturaleza del trabajo.
- Tareas principales y secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimientos para el puesto.

#### **4.2.4. Estudió Económico-Financiero**

##### **Inversión**

Una inversión es un recurso que necesitas para llevar a cabo cualquier proyecto y los ingresos obtenidos de ella pueden ser fijos por un período de tiempo específico dependiendo de tus necesidades, y en cambio son los recursos que la empresa puede obtener. tener acceso. (Manuel Pasaca, 2017)

##### **Activos**

###### **Activo fijo o tangible**

Los activos tangibles se refieren a terrenos, edificios, maquinaria y equipo, muebles, vehículos, herramientas, etc. Los elementos requeridos para la ejecución del proyecto (capital) pueden especificarse y clasificarse fácilmente, teniendo en cuenta la compra de terrenos, la construcción de obras físicas, la compra de maquinaria, equipo, enseres, herramientas, instrumentos, mobiliario, enseres y carros.

###### **Activo diferido o intangible**

Por activos intangibles se entiende el conjunto de bienes propiedad de la empresa y necesarios para su funcionamiento, incluidos estudios de viabilidad, costos de investigación, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, costos de instalación y operación inicial, etc. Inicio, estructura organizativa, etc.

###### **Activo Circulante o Capital de Trabajo**

Se refiere al valor que se debe generar para dotar a la empresa de todos los componentes que puedan operar durante un determinado periodo de tiempo.

##### **Financiamiento**

“Es una colección de fondos para realizar actividades empresariales, sus características suelen ser préstamos, complementando el capital propio. La fuente financiera que recibe el estado para cubrir el déficit presupuestario.

Los fondos provistos interna o externamente a través de créditos, préstamos y demás obligaciones derivadas de la inscripción u otorgamiento de un crédito o cualquier otro

documento, deberán ser pagados en tiempo y forma.

- **Fuente interna:** Constituida por el aporte de los socios.
- **Fuente externa:** Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

### **Amortización del préstamo bancario**

En este sistema, llamado también sistema simple o crédito plano, los pagos son iguales y periódicos, o sea que hace referencia a una anualidad o serie uniforme. Desde el pago de la primera cuota, el saldo de la deuda empieza a disminuir hasta llegar a cero debido a que el valor de la cuota sobrepasa el costo financiero. (Meza, 2013)

### **Presupuestos**

Para elaborar los presupuestos se debe partir del estudio de mercado, el estudio técnico, la organización del proyecto, las políticas financieras y de los precios de los bienes o servicios que se ofrecerán. (Chain, 2016)

El presupuesto de costo total de operación está compuesto por los siguientes costos:

- **Costos de producción:** Estos son los costos incurridos en la conversión de materias primas en productos terminados. es integrar sus tres elementos básicos: materias primas directas e indirectas, mano de obra directa e indirecta y gastos generales.
- **Costos operativos:** Define los costos operativos como los costos financieros que una empresa debe cubrir para su negocio o actividad económica. Así que hablar de costos operativos significa hablar de recursos consumidos. Es la suma de los gastos de venta, administración y financiación.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el nivel de actividad en el que los ingresos son iguales a los costos y gastos, respectivamente. También se puede decir que este es el nivel mínimo de ventas que debe alcanzarse para comenzar a ganar. Esta es la cantidad de ingresos que se debe lograr para cubrir los gastos de la empresa y, por lo tanto, no generar ganancias ni pérdidas. (Ecotec, 2015).

### **Punto de equilibrio**

$$QE = \frac{CF}{Vu - CVu}$$

**Donde:**

**QE=** Cantidad de equilibrio

**CF=** Costo fijo

**Vu**= Valor unitario (precio)

**CVu**= Costo Variable unitario

**Punto de equilibrio en ventas**

$$VE = QE * Vu$$

**Donde:**

**VE**= Venta de equilibrio

**QE**= Cantidad de equilibrio

**Vu**= Valor unitario (precio)

**Punto de equilibrio en porcentaje de capacidad**

$$PE\% = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} * 100$$

### **Estados Financieros**

Es una herramienta informativa para los inversionistas ya que permiten medir las utilidades que ofrece el proyecto frente a las opciones del mercado.

#### **Estado de pérdidas y ganancias**

La cuenta de pérdidas y ganancias permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento dado, determinar la ganancia o pérdida del ejercicio, comparar el valor de los ingresos y gastos a pagar como consecuencia de la carga fiscal y otras obligaciones tributarias. Es claro que la metodología utilizada en el desarrollo del proyecto difiere significativamente del método contable utilizado desde entonces.

Los ingresos y gastos se racionalizan y reflejan en cuentas apropiadas, con un detalle razonable, con un informe inicial de cómo se forman las cuentas de pérdidas y ganancias. (Manuel Pasaca, 2017).

#### **Flujo de caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa. (Manuel Pasaca, 2017)

#### **4.2.5. Evaluación financiera**

La evaluación incluye una serie de cálculos que miden el desempeño, la eficiencia, la economía, la objetividad y el impacto del proyecto. Esto significa que la evaluación de

proyectos es el proceso de identificar, cuantificar y evaluar los costos y beneficios que generan en un período determinado. Su finalidad es averiguar si el diseño es cómodo para la persona que lo realiza. (Manuel Pasaca, 2017).

#### **Tasa de descuento**

El factor de descuento está determinado por:

- **La tasa de interés de oportunidad TIO.** Es la tasa de interés que puedes ganar invirtiendo dinero en una institución financiera.
- **El costo de oportunidad de inversión COI.** Es la tasa más alta de rendimiento que se puede lograr invirtiendo el dinero en otra actividad que no sea el proyecto
- **Tasa Aceptable Mínima de Rendimiento.** Esta relación incluye el porcentaje de riesgo que enfrenta un inversor al realizar cualquier acción. El proceso de su cálculo es el siguiente:

$$\text{TMAR} = \text{Ti} + \text{Pr} + [(\text{Pr} * \text{Ti}) / 100]$$

#### **4.2.5.1. Valor actual Neto**

Según el autor, Manuel Pasaca (2017), el VAN refleja el valor presente de los beneficios después de recuperar la inversión del proyecto, más los costos de oportunidad. El VAN se define como la suma de los flujos netos por el factor de descuento, lo que significa que el costo del proyecto se transfiere al año 0 para asumir el riesgo de inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo
- Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

#### **4.2.5.2. Tasa Interna de Retorno**

Representa la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto y también se considera la tasa de interés que se puede pagar en un préstamo que financia una inversión.

Al utilizar la TIR como criterio a la hora de decidir aceptar o rechazar un proyecto, se toman como referencia los siguientes factores.

- Si la TIR es mayor que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la

inversión es criterio del inversionista.

- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Para calcular la tasa interna de retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = T_m + DT \left( \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM} \right)$$

En donde:

- **TIR**=Tasa interna de retorno
- **T<sub>m</sub>**= Tasa menor de descuento para actualización.
- **DT**=Diferencias de tasas de descuento
- **VAN T<sub>m</sub>**= valor actual de la tasa menor
- **Van TM**= valor actual de la tasa mayor

#### 4.2.5.3. Análisis de Sensibilidad

Un procedimiento que puede determinar su grado de influencia, es decir, qué tan sensible es la TIR o el VAN a cambios en algunas variables de inversión, siempre que las demás permanezcan sin cambios. (Morales Arturo, 2009).

#### 4.2.5.4. Relación Costo-Beneficio

Según, Manuel Pasaca (2017), la relación costo beneficio le permite medir el rendimiento recibido por cada monto invertido, lo que le permite tomar una decisión de aceptar un proyecto en función de los siguientes criterios:

- Si la relación ingresos/egresos es =1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es menor a 1 el proyecto no es rentable

**Formula:**

$$\mathbf{RBC} = \left( \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

#### 4.2.5.5. Período de Recuperación del Capital

Esto nos permitirá saber cuándo recuperar la inversión inicial para utilizar el flujo de caja y el monto de la inversión. (Manuel Pasaca, 2017)

$$\mathbf{PRC} = \text{ASI} + \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{FASI}}{\text{FNASI}} \right)$$

En donde:

**ASI**=Año que supera la inversión

**ΣFASI**=Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

**FNASI**=Flujo Neto del Año que supera la inversión

### **4.3. Ropa para mascotas caninas**

#### **4.3.1. Origen**

El perro actualmente está considerado como un animal de compañía, pero no siempre ha sido así. Su origen se remonta en el tiempo unos 20.000 o 30.000 años, cuya procedencia proviene del animal de nombre científico *Canis lupus lupus* (es decir, del lobo).

Desde el inicio del proceso de domesticación del perro, hace unos 11.000-16.000 años a partir de poblaciones de lobo, el ancestro salvaje del perro, el patrón actual de diferenciación es consecuencia de un proceso evolutivo reticulado, implicando múltiples eventos de migración, introgresión y aislamiento reproductivo que ha dado lugar a un gran número de razas, con una elevada variabilidad interracial.

Por otro lado, este elevado grado de diferenciación genética entre razas, y la abundante información molecular disponible en esta especie desde la secuenciación de su genoma, permiten, entre otras aplicaciones que se describen en este capítulo, determinar con gran precisión el origen racial de un determinado ejemplar, incluso la proporción de genoma que proviene de cada una de las razas que puede haber estado en el origen de un determinado ejemplar.

La vestimenta apareció en algún punto de la historia con la necesidad de la raza humana de protegerse del frío con las pieles de los animales que cazaba. En el neolítico, el hombre ya había logrado aprender a hilar y tejer, pero la ropa que usaba aún no se adaptaba al cuerpo, aunque algunas ya tenían dibujos ornamentales con el paso del tiempo se empezaron a utilizar máquinas y logística para lograr producción de ropa en masa no solamente para los humanos sino también para sus compañeros peludos. Buscando cubrir a nuestras mascotas del frío evitando así problemas respiratorios o articulares se crearon una amplia gama de productos y de accesorios preocupados por las necesidades de los perros y gatos. Como puntos claves en la búsqueda de la vestimenta perfecta para nuestras mascotas tenemos que las prendas en cuestión cubran bien el lomo, vientre y cuello para evitar enfriamiento, resfriados y gripes asegurándose también que los cierres y corchetes no le molesten, raspen e irriten y que puedan hacer sus necesidades fisiológicas cómodamente. (Animal, 2021)

La ropa para perros se inició primero por los militares, los perros trabajando para las fuerzas armadas eran los caninos, vestían ropas por razones prácticas y no por la moda. Perros militares principalmente vestía ropa para camuflar los propósitos. Esto les ayudó de evitar ataques y agresiones enemigas. (Advicebase, 2014)

En la actualidad junto a trabajar en el ejército, los perros también están trabajando para la policía y también como perros de servicio. Sin embargo, los perros son todavía más



populares como animales domésticos. Y los dueños de mascotas aman tanto que hacen ropa tal como lo harían con sus bebés humanos sus perros.

Al principio, sólo lo básico como camisetas y chaquetas fueron introducido. Ahora la industria de ropa de perro es tan extensa como la industria de la confección humana. Hay todo tipo de ropa, así como accesorios, zapatos y joyería incluso para los perros. También hay ropa diseñada especialmente para ocasiones como Navidad y Halloween. Se puede fácilmente decir aquí que la ropa no se limita a los seres humanos ya; La mayoría de la gente le gustaría pensar que moda canina es una nueva era. Sin embargo, pasando por la historia puede ser fácilmente entendido que ropa para perros no fueron introducida para los propósitos de la moda. Fueron utilizados solamente con fines prácticos.

Era evidente desde el principio mismo que comenzarían a usar ropa como nosotros, el primer caso de un perro vistiendo ropa se remonta al año 1833. Ningún hombre común tenía el lujo de comprar ropa para su mascota en aquel entonces era un real que había vestido a su compañero canino en ropa real. La industria de ropa de perro empezó a ganar impulso desde el principio del siglo XIX.

Según, Surca (2010), en su trabajo de investigación “Proyecto de inversión mascotas”, sostiene que en la actualidad la protección y el cuidado de las mascotas, se encuentra un mercado emergente con gran potencial de desarrollo como lo es el sector manufacturero, ha fomentado un adelanto en las tendencias de hábitos de protección a las mascotas, hace que exista una oportunidad de negocio que muy pocos hasta ahora se han atrevido a explorar formalmente.

La idea del presente proyecto de investigación, que pretende demostrar los estudios pertinentes, la viabilidad de la creación de una empresa elaboradora y comercializadora de ropa para mascotas gatos y perros en la ciudad de Loja, 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; respaldado por las herramientas necesarias, se lograra posicionar el producto en el mercado, teniendo siempre en cuenta la calidad y satisfacción total del cliente

#### **4.3.2. Industria Textil**

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.

### **Clasificación**

La industria textil puede dividirse en las siguientes categorías principales como:

- 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

### **4.3.3. Materias primas**

Se emplea de acuerdo a una variedad de textiles como fibras naturales y artificiales, las fibras básicas son la lana, el algodón y una serie de fibras artificiales que son, nylon, poliéster y rayón.

- **Lana:** es una fibra natural que se obtiene directamente de las ovejas y de otros animales como las llamas, alpacas, guanacos, vicuñas o conejos, mediante un proceso denominado esquila. Hay una serie de plantas dentro de la industria que se dedican exclusivamente a ello.
- **Algodón:** Este material es más limpia que la lana y su operación se realiza mediante operaciones en seco como apertura, separación y estiramiento para retirar la sustancia vegetal además de las impurezas para alinear las fibras para el hilado.
- **Fibras sintéticas:** Las fibras sintéticas generalmente se dividen en fibras celulósicos y no celulósicos. fibras no celulósicas como el nailon (poliamida), el más utilizado es el acrílico, el acrílico de moda, especialmente el poliéster que las fibras de celulosa. Las fibras de celulosa más importantes son la viscosa y acetato de celulosa.
- **Tejido de punto:** El proceso de obtención de tejido de punto o jersey. Es uno de los métodos más importantes de producción textil. Casi también hay toda una colección de calcetines y medias de tejidos de punto un montón de telas, ropa para vestir y ropa interior.
- **Tejido plano:** El tejido plano es el método más comúnmente utilizado en la industria textil, 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.

#### **4.3.4. Beneficios de la ropa canina**

La ropa para mascotas se ha convertido en una necesidad para resguardar la salud de los animalitos, por esta razón los beneficios que tiene para las mascotas son los siguientes:

- Cuidar su salud de climas fríos y alergias
- Procurar la seguridad de tu mascota con accesorios
- Protegerlos de bacterias que adquieran en parques o jardines
- Evitar golpes y rozaduras o ataques de perros
- Promover los cuidados de las mascotas, así como sus derechos

El uso de ropa para mascotas ayuda a tomar en cuenta el cuidado de los animales, lo importante es la salud de tu canino al evitar que contraiga enfermedades respiratorias, alergias o bacterias y virus.

Las mascotas requieren de ropa para perros por los cambios de temperatura por lo que un abrigo les viene bien y les evita enfermedades que pueden resultar costosas.

En las calles el cantón Loja es uno de los principales impulsores del cuidado hacia las mascotas por lo que la municipalidad trabaja en el control de la fauna urbana en especial los canes abandonados que pasan por calles, avenidas parques y además en espacios públicos; el cuidado y protección que en la actualidad se les brinda a las mascotas es más riguroso, ya que el cuidado que se les da a las mascotas del hogar es la desparasitación interna-externa, castrado en machos y cirugías de ligaduras para hembras, además de tratamiento antibiótico necesario para estabilizar su estado de salud (Yohana Diaz, 2016).

Las prendas de vestir 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.

## 5. Metodología

### 5.1. Materiales

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

- Computadora, celular, impresora
- Internet
- Esferográficos de color azul
- Copiadora
- Resmas de papel A4

### 5.2. Métodos de recolección de datos

Para la recolección de la información se encuestaron a las familias de la ciudad de Loja, pertenecientes a cualquier nivel socioeconómico.

- **Método analítico.** El método analítico se utilizó durante todo el desarrollo de la investigación, puesto que ayudo a conocer los beneficios que tiene el desarrollo de un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad del mismo.
- **Método deductivo.** Este método se utilizó en la comprobación de hipótesis general sobre la viabilidad del proyecto en base al estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero, la evaluación financiera y, a partir de ella, llegar a conclusiones específicas mediante el razonamiento lógico y recolección de datos.
- **Método inductivo.** Este método sirvió especialmente en la fase inicial de recopilación de información y análisis de datos, y luego derivar conclusiones generales.

### 5.3. Técnicas para la recolección de información

Las técnicas de investigación son de vital importancia en el presente trabajo, se empleó para la recolección de datos la encuesta y la observación directa de la siguiente manera.

- **Observación:** A través de esta técnica se realizó a través de una guía de observación en tiendas de ropa y accesorios para mascotas caninas que ofrecen productos similares permitiendo recolectar información para realizar valoración acerca de competidores, determinado las características, precios, diseños, marcas y otros aspectos importantes del producto.
- **Encuesta:** Se aplico una muestra de la población, exactamente a 382 familias que son el objeto de estudio, la cual tuvo la disposición de preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple sobre el tema de investigación, además se aplicó 9 encuestas a los oferentes.

#### 5.4. Instrumento

- **Cuestionario:** Para la implementación la técnica de la encuesta, se realizó un formulario donde los consumidores y oferentes pueden obtener las opiniones de los consumidores y determinar el punto de venta de la ropa para mascotas caninas y con ello conocer si será aceptada la producción y comercialización en la ciudad de Loja.

#### 5.5. Población y muestra

##### 5.5.1. Tamaño de la muestra demandantes

Para el presente estudio se consideró las familias de las diferentes parroquias de la zona urbana. El primer segmento está conformado por el total de habitantes de la ciudad de Loja, que según el último censo realizado por el instituto Nacional de estadística y censos (INEC) en el año 2010 se obtiene un total de 180.617 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2,65%, el segundo segmento está conformado por el 68% que son 122.817 habitantes pertenecientes a la zona urbana y para encontrar el segmento objetivo lo dividimos para el número de familias, el promedio familiar es de 4 integrantes, de cualquier nivel socioeconómico puesto que el producto es accesible para la población, dando un total de 30.704 familias de la zona urbana de la ciudad de Loja, a continuación se muestra la proyección de familias para el año 2022.

**Tabla 1.**

*Población del 2010 de la ciudad de Loja y números de familia*

<b>Población del cantón Loja. (año 2010)</b>	180.617
<b>Población área urbana. (ciudad 68%)</b>	122.820
<b>Población en familias. (4 miembros)</b>	30705

*Nota. La tabla anterior muestra la población de la ciudad de Loja a considerar para el presente estudio.*

#### PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN PARA EL AÑO 2022

$$Px = Pb (1 + i)^n \quad M = K (1 + i)^n$$

**Px**= Población buscada

**Pb**= Población base o población inicial

**1** = Factor de corrección

**I** = Tanto por uno

**T** = Tasa 2.65%

**i** = Tasa, 0.0265

**i** = T / 100    **i** = 2.65 / 100 = 0.0265

$$P_x = P_b (1 + i)^n$$

$$P_{2022} = P_{2010} (1 + 0.0265)^{12}$$

$$P_{2022} = 30.705 (1 + 0.0265)^{12}$$

$$P_{2022} = 42.026 \text{ Familias}$$

### Población para la vida útil o el horizonte del proyecto

**Tabla 2.**

*Proyección poblacional*

Proyección poblacional		T=2,65%
Años	Año	Población total
0	2010	30705
1	2011	31519
2	2012	32354
3	2013	33211
4	2014	34091
5	2015	34995
6	2016	35922
7	2017	36874
8	2018	37851
9	2019	38854
10	2020	39884
11	2021	40941
12	2022	42026

*Nota. La presente tabla muestra: Fuente (INEC, 2010)*

### Determinación del Tamaño de la muestra por familias de la ciudad de Loja

Para el cálculo del tamaño de la muestra se emplea la siguiente fórmula:

$$n = (Z^2 * N * P * Q) / e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q$$

**z** = Nivel de confianza, 95%, tiene un valor z de 1.96

**N**= Población de estudio. 61.803

**e** = Error experimental 5%

**P**= Probabilidad de éxito 50%= 0.5

**Q**= Probabilidad de fracaso 50%= 0.5

**P + Q = 1**

### Aplicación de la fórmula:

$$n = (Z^2 * N * P * Q) / e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q$$

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

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5) 42.206}{0,05^2(42.026 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{40361.77}{106.02}$$

$$n = 382 \text{ encuestas}$$

La muestra alcanza un total de 382 encuestas la que tienen como finalidad verificar la viabilidad del proyecto, realizando preguntas claras con relación al producto que se va a ofrecer y así poder obtener información directa de los clientes potenciales.

**Tabla 3.**

*Distribución de la muestra por parroquias*

Parroquias	Familias 2022	Porcentaje	Total de encuestas
San Sebastián	10506	25%	96
Valle	8405	20%	76
Sucre	12608	30%	115
El Sagrario	4203	10%	38
Punzara	4203	10%	38
Carigán	2101	5%	19
<b>TOTAL</b>	42.026	100%	382

*Nota: Esta tabla muestra la distribución de las encuestas para ser aplicada en las distintas parroquias de la ciudad de Loja*

### 5.5.2. Procedimiento

1. Para el presente estudio se tomó la información base publicada por INEC en el año 2010, último censo poblacional; cuyos datos se los proyecto para el año 2022, y se dividió este total para el promedio de 4 integrantes por familia en la región 7.
2. Luego de lo cual se terminó el tamaño de la muestra, población en la cual se aplicó las encuestas a las familias de la ciudad de Loja, en un total de 382 encuestas.
3. Con estos datos se procedió a desarrollar el estudio de campo para los oferentes y demandantes en relación al tema establecido.

Finalmente se realizó los siguientes estudios:

4. **Estudio de mercado:** A través de la aplicación de los instrumentos de investigación

como las encuestas y la observación directa; aplicadas a las familias de la ciudad de Loja el cual estuvo estructurada con preguntas claras se procedió a realizar una investigación detallada donde se consiguió información sobre algunos factores externos que pueden ser útiles para la implementación del proyecto, mediante esta también se obtienen algunos datos del mercado, de los competidores y los consumidores que posteriormente se anotaran y registrarán para poder utilizarlas al momento de aplicar el proyecto luego de esto se realizó la tabulación de la información recabada para su respectivo análisis e interpretación de la misma.

5. **Estudio técnico:** Nos permite conocer la capacidad instalada de las maquinas en este caso la mano de obra, además el porcentaje de ropa que se va a producir y el tiempo empleado en la misma, conjuntamente conocer la localización de la empresa tomando en cuenta el adecuado estado de la misma.
6. **Estudio Financiero:** El presente estudio se realizó la elaboración de los presupuestos de inversión de acuerdo al activo fijo, diferido y circulante o capital de trabajo, al igual el financiamiento que puede ser interno y externo, los ingresos totales que va a tener la organización.
7. **Evaluación Financiera:** Se aplico los indicadores financieros como: el valor actual neto (VAN), financieros como son: el valor actual neto (VAN), el periodo de recuperación de capital (PRC), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo (RBC) y el análisis de sensibilidad tanto en incremento de los costos como la disminución en los ingresos, estos indicadores son muy importantes para conocer la factibilidad o no de este estudio.



## 6. Resultados

### 6.1. Tabulación encuestas a consumidores

#### 1. ¿Cuál es su ingreso mensual familiar?

Tabla 4.

*Ingreso mensual familiar*

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
450 a 750	177	600	106200	46%
751 a 1051	163	900,5	146782	43%
1052 a 1352	30	1200,5	36015	8%
1353 a 1653	12	1500,5	18006	3%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>		<b>307.002</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja*

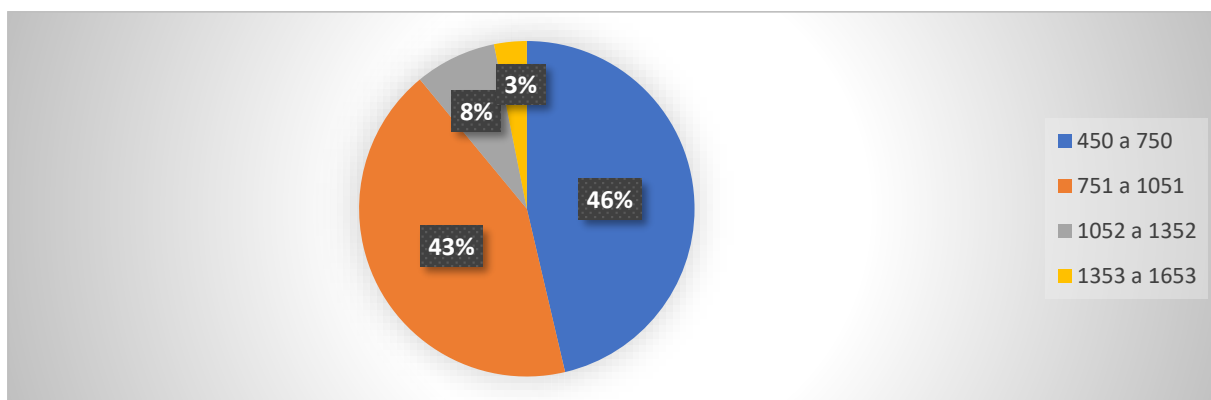
### FÓRMULA

**Ingreso mensual familiar promedio al año =  $\Sigma F(XM) / N$**

**Promedio al año =  $(307.002) / 382 = \$804.00$  promedio de sueldo anual familiar**

Figura 1.

*Ingreso mensual familiar*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre el ingreso mensual familiar en la ciudad de Loja*

### Análisis e interpretación

El Ingreso mensual familiar es la cantidad de ingresos netos percibidos por todos los miembros de una familia, cada año después de impuestos y transferencias.

De los resultados obtenidos, el 46% de la población familiar tiene un ingreso mensual de \$450 a \$750 dólares, el 43% de \$751 a \$1051 dólares, el 8% de \$1052 a \$1352 dólares y un 3% de \$1353 a \$1653. Por lo tanto, se puede evidenciar que el mayor porcentaje de la población familiar en la ciudad de Loja cuenta con ingresos menores a los \$1653 dólares.

## 2. ¿En su familia cuenta con mascotas caninas?

**Tabla 5.**

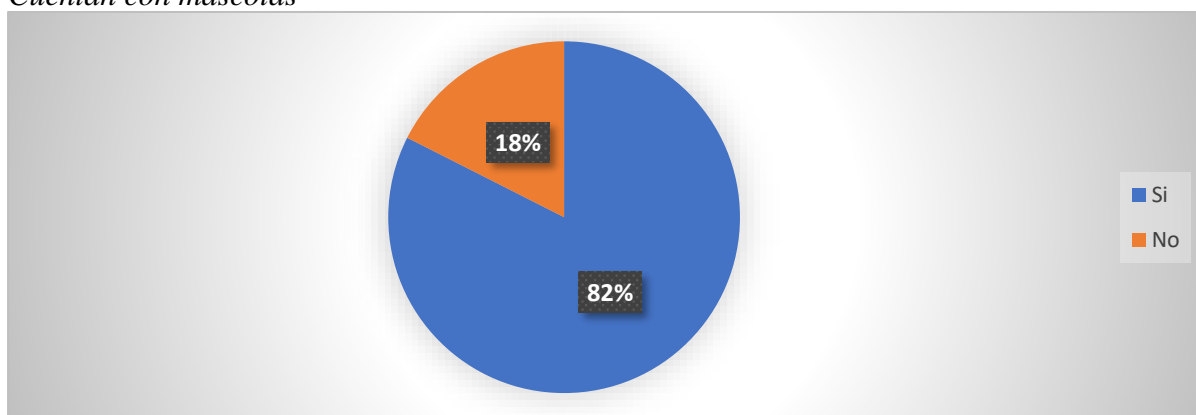
*Cuentan con mascotas caninas*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	315	82%
No	67	18%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja*

**Figura 2.**

*Cuentan con mascotas*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre si cuentan con mascotas caninas.*

### **Análisis o Interpretación**

Las mascotas caninas son animales domésticos, que las familias tienen en la casa de compañía, ya que cumplen un objetivo en el ser humano como disminuir el estrés y la sensación de soledad, mejorar la salud del corazón e, incluso, ayudar a los niños con sus habilidades emocionales y sociales.

De acuerdo a los resultados que manifiestan los encuestados se obtuvo el 82% de las familias de la ciudad de Loja cuentan con mascotas caninas y el 18% no tienen mascotas caninas en su hogar, siendo el mayor porcentaje de familias que cuentan con mascotas caninas en el hogar.

### 3. ¿Qué tipo de raza de mascota canina posee?

**Tabla 6.**

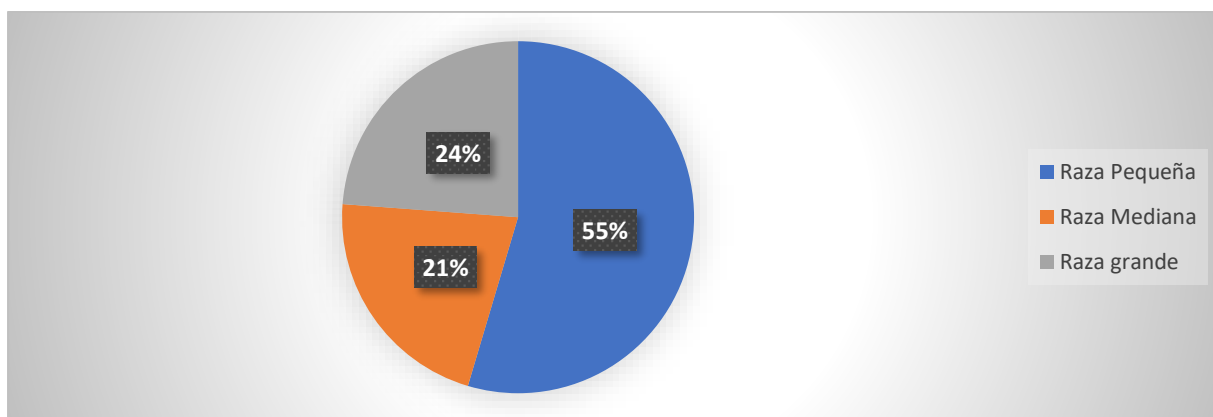
*Razas de mascotas caninas*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Raza Pequeña	172	55%
Raza Mediana	68	21%
Raza Grande	75	24%
<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja*

**Figura 3.**

*Razas de mascotas caninas*



*Nota. La presente Figura muestra las cifras sobre la raza de mascota canina que cuenta en su familia*

#### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos manifiestan que el 55% de familias encuestadas cuentan con mascotas caninas de raza pequeña, el 24% cuenta con razas grandes y el 21% restantes cuentan con mascotas medianas.

De esta manera se determinó que las familias de la ciudad de Loja cuentan con un mayor número de razas pequeñas.

#### 4. ¿Cuántas Mascotas caninas posee actualmente?

**Tabla 7.**

*Raza pequeña*

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
1 a 2	161	1,5	241,5	51%
3 a 4	7	3,5	24,5	2%
5 a 6	4	5,5	22	1%
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>		<b>288</b>	<b>54%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja muestra las cifras sobre la raza de mascota canina pequeña.*

#### FÓRMULA

**Promedio de mascotas caninas pequeñas =  $\Sigma F(XM) / N$**

**Promedio de mascotas caninas pequeñas = 288/172**

**Promedio de mascotas caninas pequeñas = 2 mascota por familia**

#### Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del 100% las familias que cuentan con mascotas, el 54% tienen mascotas caninas de raza pequeña, de estos el 51% tiene de 1 a 2 mascotas, el 2% de 3 a 4 mascotas y el 1% tiene de 5 a 6 mascotas en su hogar. Se puede evidenciar que el promedio de mascotas caninas pequeñas predomina en el cuidado de 2 mascotas por familia.

**Tabla 8.**

*Raza Mediana*

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
1 a 2	52	1,5	78	17%
3 a 4	15	3,5	52,5	4%
5 a 6	1	5,5	5,5	0%
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>		<b>136</b>	<b>21%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja muestra las cifras sobre la raza de mascota canina mediana.*

#### FÓRMULA

**Promedio de mascotas caninas medianas =  $\Sigma F(XM) / N$**

**Promedio de mascotas caninas medianas = (136) /68**

**Promedio de mascotas caninas medianas = 2 mascota por familia**

## Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del 100% las familias que cuentan con mascotas, el 21% tienen mascotas caninas de raza mediana, de estos el 17% tiene de 1 a 2 mascotas, el 4% de 3 a 4 mascotas en su hogar.

**Tabla 9.**

*Raza Grande*

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
1 a 2	71	1,5	106,5	23%
3 a 4	4	3,5	14	1%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>		<b>120,5</b>	<b>24%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja muestra las cifras sobre la raza de mascota canina grande*

## FÓRMULA

**Promedio de mascotas caninas grandes** =  $\Sigma F(XM) / N$

**Promedio de mascotas caninas grandes** =  $(120,5) / 75$

**Promedio de mascotas caninas grandes** = 2 mascota por familia

## Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del 100% las familias que cuentan con mascotas, el 24% tienen mascotas caninas de raza mediana, de estos el 23% tiene de 1 a 2 mascotas, el 4% de 3 a 4 mascotas en su hogar.

## 5. ¿Qué tipo de raza o razas canina cuenta en su hogar?

**Tabla 10.**

*Tipo de raza*

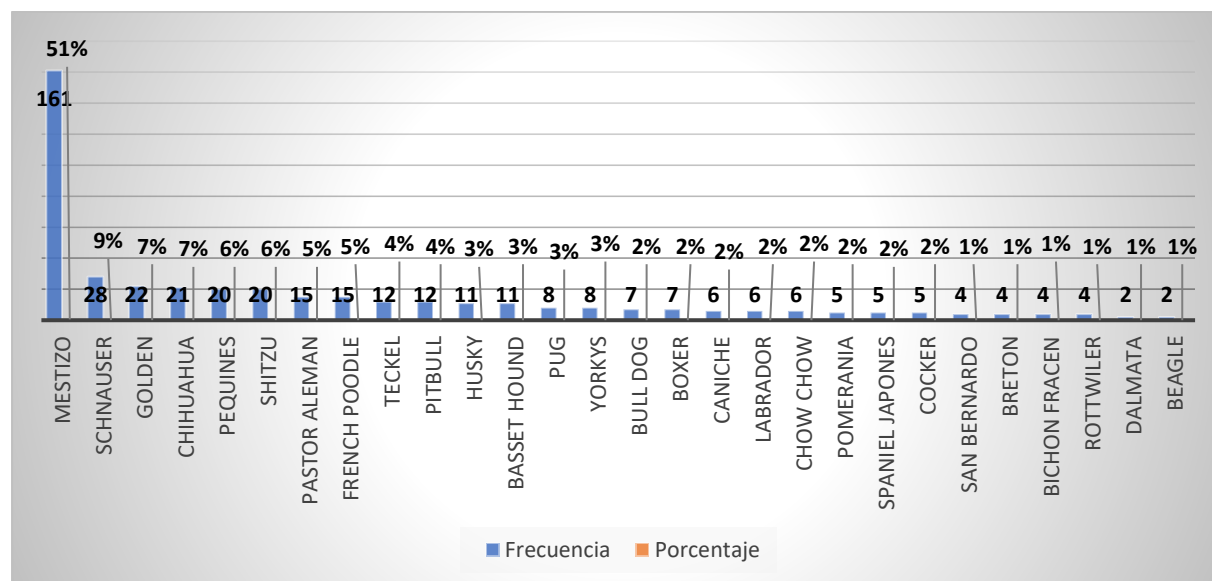
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mestizo	161	51%
Schnauser	28	9%
Golden	22	7%
Chihuahua	21	7%
Pequines	20	6%
Shitzu	20	6%
Pastor aleman	15	5%
French poodle	15	5%
Teckel	12	4%
Pitbull	12	4%
Husky	11	3%
Basset hound	11	3%

Pug	8	3%
Yorkys	8	3%
Bull dog	7	2%
Boxer	7	2%
Caniche	6	2%
Labrador	6	2%
Chow chow	6	2%
Pomerania	5	2%
Spaniel japonés	5	2%
Cocker	5	2%
San bernardo	4	1%
Breton	4	1%
Bichon fracen	4	1%
Rottwiler	4	1%
Dalmata	2	1%
Beagle	2	1%

Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja muestra las cifras sobre el tipo de razas de mascotas caninas

**Figura 4.**

Tipo de raza



Nota. La presente Figura muestra las cifras como resultado de las encuestas aplicadas a las familias en la ciudad de Loja sobre el tipo de raza de mascota canina en su familia.

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta podemos decir que el 51% de las familias cuentan con mascotas de raza mestiza, el 9% de raza Schnauser, el 7% raza Golden y chihuahua, seguido de un 6% de raza Pequines y Shitzu, 5% de raza Pastor Alemán y French podle, 4% de raza Teckel, y Pitbull, 3% de raza Husky, Basset Hound, Pug y Yorkys, 2% Bull dog, Bóxer, Caniche, Labrador, Chow chow, Pomerania, Spaniel Japonés, Cocker, y el 1%

San Bernardo, Breton, Rottweiler, Dálmata y Beagle. Podemos constatar que en la ciudad de Loja predomina la raza mestiza por lo cual se evidencia que las familias tienen preferencia en adoptar este tipo de raza ya que es una raza muy resistente al frío y a los cambios climáticos a comparación de otras razas que son propensas a enfermedades.

## 6. ¿A sus mascotas caninas les compra vestuario?

**Tabla 11.**

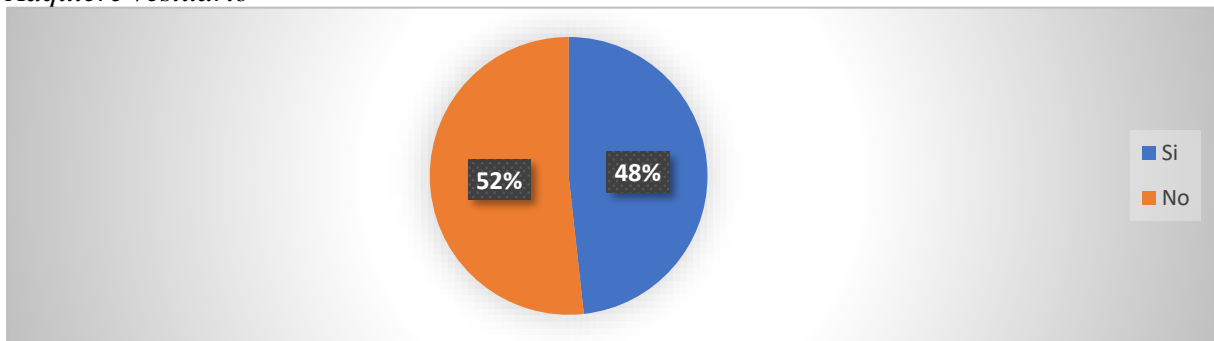
*Adquiere vestuario*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	152	48%
No	163	52%
<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja*

**Figura 5.**

*Adquiere vestuario*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre la adquisición de prendas para su mascota canina en su familia.*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos decir que el 52% de las familias adquieren ropa para su mascota y el 48% no tiene la costumbre de adquirir ropa para su mascota, esto nos da un total del 100%. Esto nos ayuda a determinar la preferencia de compra de las familias en la adquisición de ropa para su mascota canina.

7. ¿Con que frecuencia y en qué cantidad adquiere usted el vestuario para su mascota canina?

**Tabla 12.**

*Frecuencia y cantidad de adquisición de compra de prendas*

Variable	Xm	Trimestral			Semestral			Año		Total al año	
		Frecuencia	f(xm)	Trimestres al año	Frecuencia	F(xm)	Semestres al año	frecuencia	F(Xm)		Año
				4			2			1	
1 a 3	2	4	8	32	55	110	220	83	2	166	418
4 a 6	5	2	10	40	3	15	30	5	5	25	95
<b>TOTAL</b>			<b>Prendas</b>	<b>72</b>		<b>Prendas</b>	<b>250</b>		<b>Prendas</b>	<b>191</b>	<b>513</b>

*Nota. Encuestas realizadas muestra las cifras sobre la frecuencia de adquisición de compra de prendas caninas.*

**1-3 Prendas Xm= (2)**

**Trimestral:** (4) (8) = 32 prendas

**Semestral:** (2) (110) = 220 prendas

**Anual:** (1) (166) = 166 prendas

**Total 1 a 3 prendas al año:** 418 prendas

**4 a 6 Prendas Xm= (5)**

**Trimestral:** (4) (10) = 40 Prendas

**Semestral:** (2) (15) = 30 Prendas

**Anual:** (1) (25) = 25 Prendas

**Total 1 a 3 prendas al año:** 95 Prendas



## Promedio de compra por prendas de vestir canina

**Total de prendas al año:**  $418 + 95 = 513$  Prendas

**Compra promedio año:**  $\frac{513}{152} = 3.37$  prendas

### Análisis e Interpretación

Las prendas de vestir para la mascota son necesarias para prevenir enfermedades, ya sea que su sistema de regulación térmica no funcione; ya que en la ciudad de Loja tiene cambios climáticos drásticos y que afecta la salud de la mascota.

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta podemos decir que de 1 a 3 prendas adquieren trimestral 4 familias, semestral 55 familias y anual 83 familias dando un total de 142 familias, por otro lado, la adquisición de ropa canina de 3 a 6 prendas es trimestral 2 familias, semestral 3 familias y anual 5 familias dando un total de 10 familias que realiza compras superiores a 3 prendas. Por lo tanto, es una gran ventaja en el mercado ya que el consumo promedio por año es de 3.37 prendas por familia siendo un resultado positivo ya que hay una alta demanda en adquisición de un producto de esta categoría.

**8. Indique el precio promedio de una prenda de vestir que ha adquirido para su mascota canina**

**Tabla 13.**

*Promedio de prenda de vestir*

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
\$1.00 a \$10.00	96	5,5	528	63%
\$11.00 a \$20.00	43	15,5	666,5	28%
\$21.00 a \$30.00	12	25,5	306	8%
\$31.00 a \$40.00	0	35,5	0	0%
\$41.00 a \$50.00	1	45,5	45,5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>		<b>1546</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja muestra las cifras sobre el precio promedio de prendas de vestir adquirido.*

### FÓRMULA

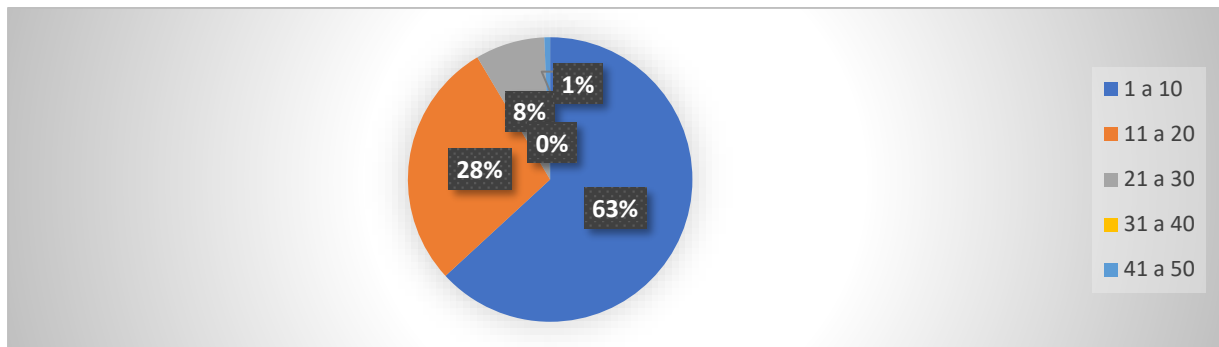
**Costo promedio** =  $\Sigma F(XM) / N$

**Costo promedio** =  $1546/152$

**Costo promedio** = \$10.00 Costo por cada Prenda

## Figura 6.

### Promedio de prenda de vestir



Nota. La presente figura muestra las cifras sobre el precio promedio que adquiere por cada prenda de vestir de su mascota canina en su familia.

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos el 63% de las familias encuestadas pagan un costo promedio por prenda de \$1.00 a \$10.00 dólares, un 28% paga un precio que esta entre los \$11.00 a \$20.00 dolares por prenda de vestir canina y el 1% a pagado una prenda de vestir canina de \$41.00 a\$50.00 dólares por prenda. Por lo tanto, las familias lojanas que adquieren prendas de vestir para su mascota canina, pagan un promedio razonable de \$10,00 ya que es un precio accesible para la adquisición de las mismas.

## 9. ¿En qué lugar adquiere el vestuario para su o sus mascotas caninas?

**Tabla 14.**

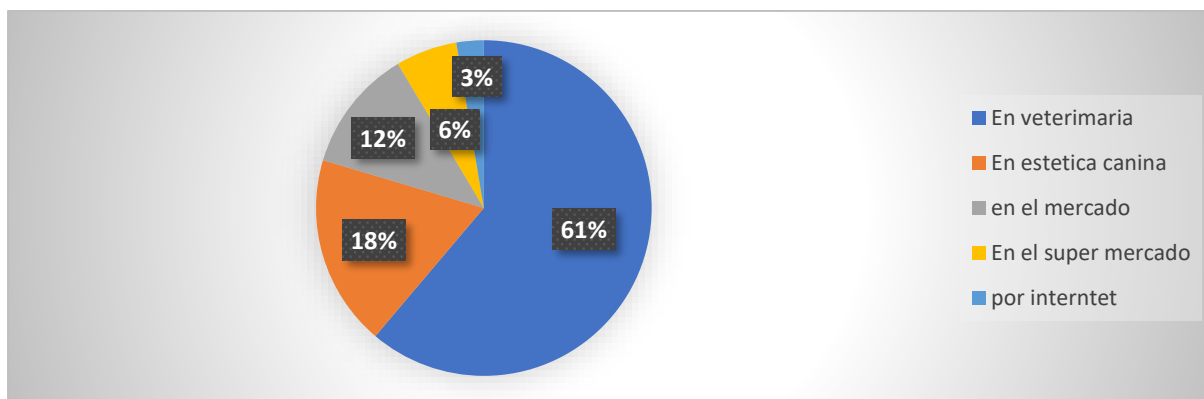
*Lugar que adquiere el vestuario*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
En veterinaria	93	61%
En estética canina	28	18%
En el mercado	18	12%
En el super mercado	9	6%
Por internet	4	3%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja*

**Figura 7.**

*Lugar que adquiere el vestuario*



*Nota. La presente figura muestra las sobre el lugar que adquiere el vestuario para su mascota canina en su familia.*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos el 61% de las familias adquieren el vestuario para su mascota en la veterinaria, el 18% en la estética canina, el 12% en el mercado, el 6% en el supermercado y el 3% han adquirido por internet, la frecuencia de compra de vestuario para mascotas tiene mayor porcentaje existiendo una gran ventaja en el mercado al que está dirigido mi proyecto de investigación ya que no existe competencia directa en la producción y comercialización de ropa para mascota canina en la ciudad de Loja.

**10. ¿Cuándo usted ha adquirido ropa para mascotas caninas ha recibido un tipo de promoción?**

**Tabla 15.**

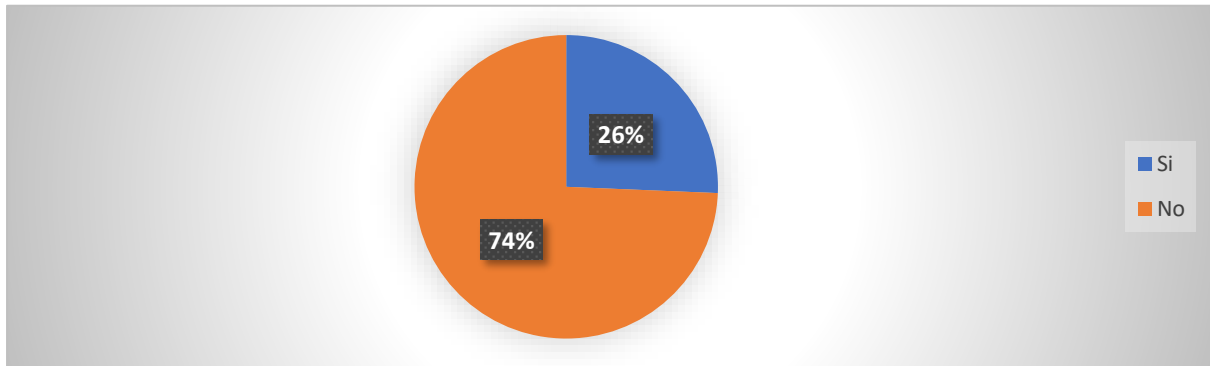
*Promociones*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	39	26%
No	113	74%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja.*

**Figura 8.**

*Promociones*



*Nota. La presente Figura muestra las cifras sobre la promoción que han recibido en la compra de vestuario de su mascota canina en su familia.*

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 74% de las familias no reciben promoción por compra de vestimenta para su mascota y el 26% de las familias si reciben promoción, dándonos un total del 100%. Por lo tanto, podemos decir que no existe los locales comerciales en la ciudad de Loja no otorgan ningún tipo de promoción al momento de la venta de prendas de vestir para mascotas canina, siendo una gran ventaja para la nueva unidad productiva que premie a los clientes que tengan mayor compra del producto.

- Si su respuesta es positiva especifique que tipo de promoción

**Tabla 16.**

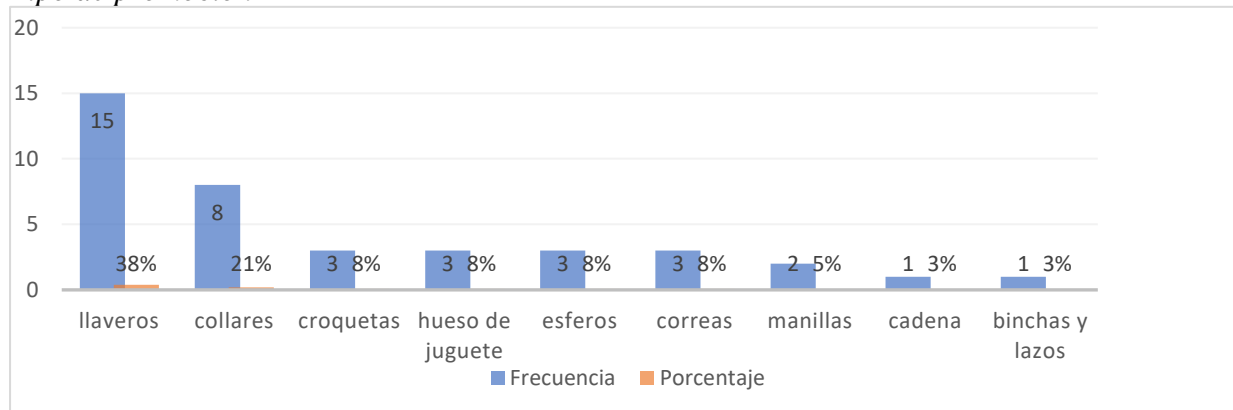
*Tipo de promoción*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Llaveros	15	38%
Collares	8	21%
Croquetas	3	8%
Hueso de juguete	3	8%
Esferos	3	8%
Correas	3	8%
Manillas	2	5%
Cadena	1	3%
Binchas y lazos	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

*Nota: Encuestas realizadas a las familias de Loja*

**Figura 9.**

*Tipo de promoción*



*Nota: La presente Figura muestra las cifras sobre el tipo de promoción que han recibido por la compra de vestuario para su mascota canina en su familia.*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que 39 familias reciben promoción adquiriendo, por ejemplo, el 38% de las familias han recibido llaveros, 21% collares, 8% huesos de juguete, esferos y correas, el 5% manillas y el 1% cadenas, binchas y lazos. Por lo tanto, en la nueva unidad productiva se debe realizar este tipo de promociones para los clientes que realizan la adquisición de prendas con mayor frecuencia.

**11. ¿Si se implementa una empresa que confeccione ropa ajustable y con diferentes diseños para mascotas caninas, usted se convertiría en nuestro cliente?**

**Tabla 17.**

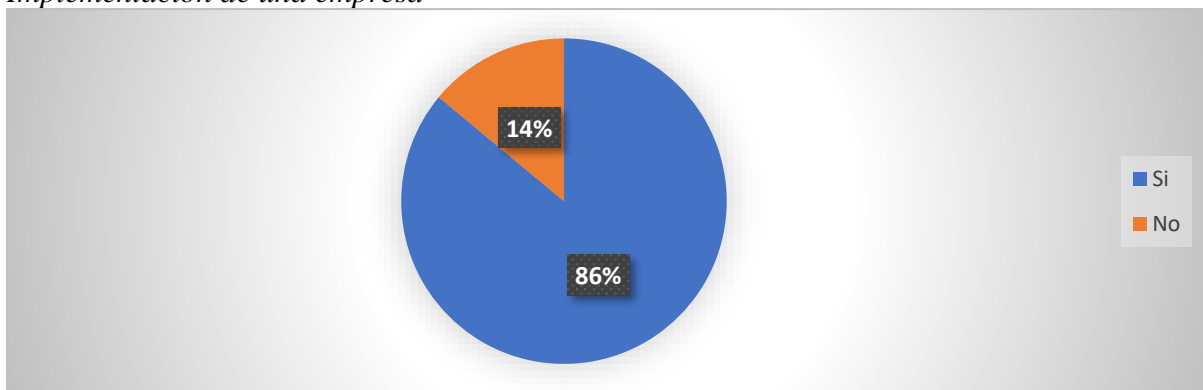
*Implementación de una empresa*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	86%
No	44	14%
<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja*

**Figura 10.**

*Implementación de una empresa*



*Nota. La presente Figura muestra las cifras sobre la implementación de la nueva unidad productiva.*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 86% de las familias en la ciudad de Loja si compraría la ropa para mascotas mientras el 14% no compraría ropa para su mascota en la nueva unidad productiva, podemos decir que existe una gran demanda en el mercado que está interesado en adquirir este producto en la nueva unidad productiva, dándonos una gran ventaja en la posesión en el mercado.

**12. ¿Porque medios de comunicación le gustaría informarse la existencia de la nueva unidad productiva?**

**Tabla 18.**

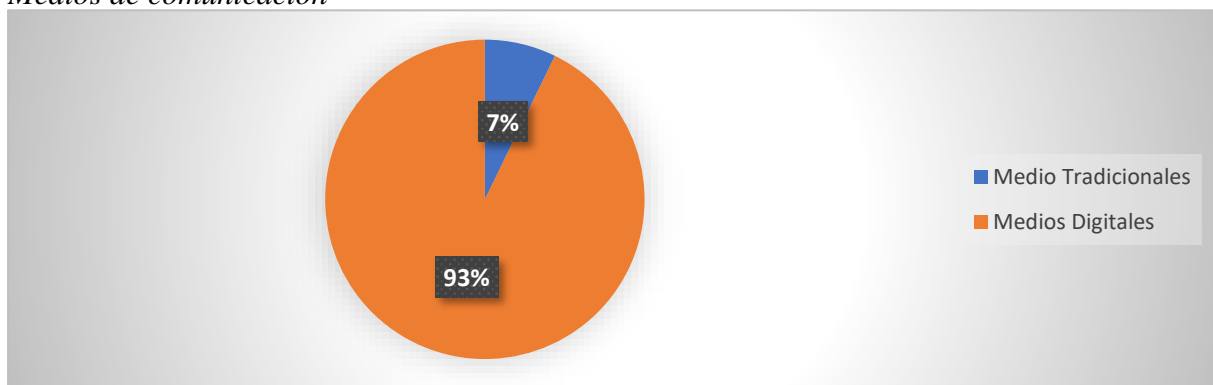
*Medios de comunicación*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Medio Tradicionales	19	7%
Medios Digitales	252	93%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a las familias de Loja.*

**Figura 11.**

*Medios de comunicación*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre los medios de comunicación que prefieren para informarse de la nueva unidad productiva.*

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 93% de las familias prefieren informarse por medios digitales y el 7% prefiere los medios tradicionales. Se puede evidenciar que las familias prefieren que la publicidad se dé a conocer por medios digitales que es el medio que más utilizan en la actualidad las familias de la ciudad de Loja.

### 13. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la nueva unidad productiva?

**Tabla 19.**

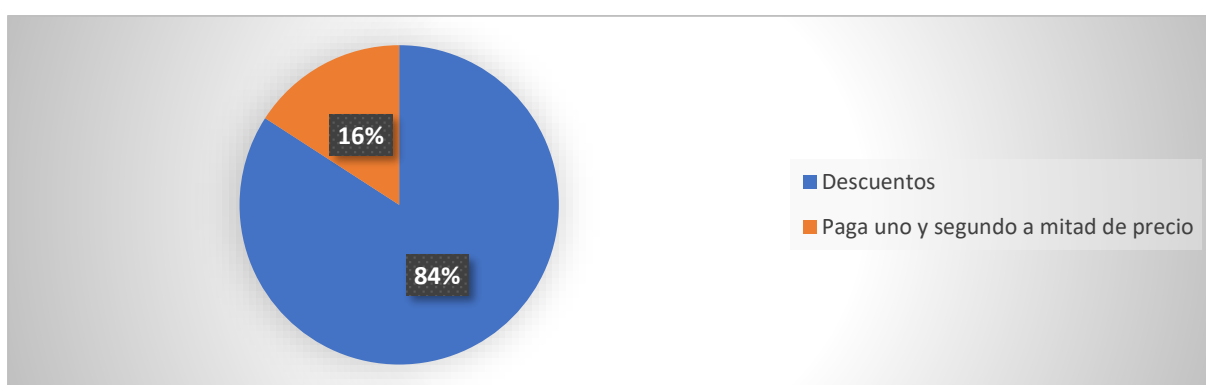
*Promoción*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	228	84%
Paga uno y segundo a mitad de precio	43	16%
<b>TOTAL</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

*Nota. La presente tabla indica la promoción de la nueva unidad productiva*

**Figura 12.**

*Promoción*



*Nota. La presente Figura muestra el tipo de promoción que prefieren a la hora de adquirir prendas de vestir para sus mascotas caninas.*

#### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que el 85% de las familias prefieren que se realice descuentos al momento de adquirir la ropa para sus mascotas, el 15% de las familias prefieren pagar uno y segundo a mitad de precio. Se puede evidenciar que las familias de la ciudad de Loja les gustaría que la nueva unidad productiva de promociones por medio de descuentos, esto ayudo a determinar las preferencias en la promoción al momento de comprar nuestros productos.



## 6.2. Resultados de la Oferta

A continuación, se da a conocer los resultados obtenidos mediante la investigación de mercado realizadas a los oferentes de comercialización de ropa para mascotas en la ciudad de Loja, los cuales fueron tabulados debidamente y de esta manera representados gráficamente con sus respectivos análisis e interpretación.

### 1. Nombre de las Empresas

**Tabla 20.**

*Nombre de las empresas*

<b>Tiendas de ropa canina</b>		
<b>No.</b>	<b>Nombre de las empresas</b>	<b>Muestra</b>
1	Mascoteando	1
2	Scooby - Consultorio Veterinario	1
3	Jopets Supermercado de Mascotas	1
4	Clínica veterinaria "El Establo"	1
5	Pipos Veterinaria	1
6	Mundo animal Pet Shop	1
7	Animal center	1
8	Dr. Mascota	1
9	Pekitas	1

*Nota. Encuestas realizadas a los oferentes.*

## 2. En su negocio ¿Vende ropa para mascota canina?

**Tabla 21.**

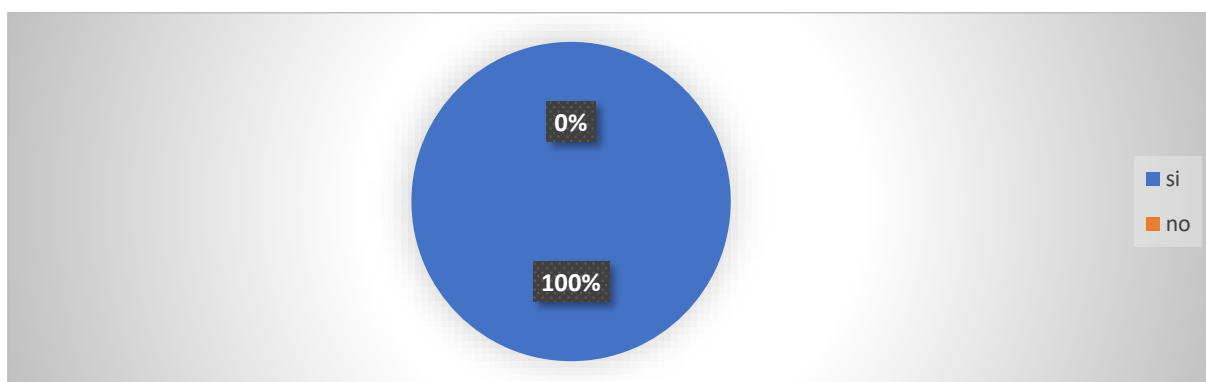
*Venta de ropa canina*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	9	100%

*Nota. Encuestas realizadas a los oferentes.*

**Figura 13.**

*Venta de ropa canina*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre si vende ropa para mascotas.*

### **Análisis e interpretación**

Con los resultados, se tiene que 100% del total de los comerciantes encuestados venden ropa para mascotas. Por lo tanto, todos los oferentes encuestados venden ropa para mascotas en su negocio dando un dato muy importante para determinar la adquisición de las prendas de vestir canina.

### 3. ¿Qué tipo de ropa canina usted vende?

**Tabla 22.**

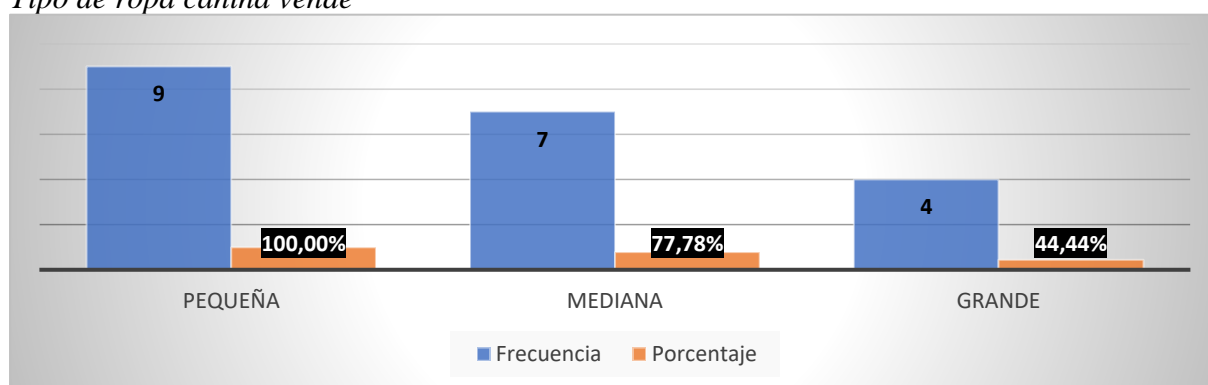
*Tipo de ropa canina vende*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Pequeña	9	100%
Mediana	7	77%
Grande	4	44%

*Nota. Encuestas realizadas a los oferentes.*

**Figura 14.**

*Tipo de ropa canina vende*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre el tipo de ropa para mascotas produce.*

#### **Análisis e interpretación**

Con los resultados obtenidos, aplicados a los oferentes, se obtuvo que 9 empresas se dedican a la venta de ropa pequeña, 7 de ellas también venden ropa mediana y 4 de las 9 empresas solamente venden ropa grande. Por lo tanto, el mayor número de prendas de vestir pequeña se comercializan en todas las empresas.

#### 4. ¿Cuántas prendas de ropa canina ha vendido en los siguientes años?

**Tabla 23.**

*Comercialización pasada*

<b>2017</b>	
<b>Nombre del negocio</b>	<b>Ventas anuales</b>
Mascoteando	0
Scooby - consultorio veterinario	468
Jopets supermercado de mascotas	624
Clínica veterinaria “el establo”	468
Pipos veterinaria	0
Mundo animal Pet Shop	520
Animal center	572
Dr. Mascota	416
Pekitas veterinaria	468
<b>Total</b>	<b>3536</b>
<b>2018</b>	
<b>Nombre del negocio</b>	<b>Ventas anuales</b>
Mascoteando	0
Scooby - consultorio veterinario	416
Jopets supermercado de mascotas	676
Clínica veterinaria “el establo”	520
Pipos veterinaria	0
Mundo animal Pet Shop	572
Animal center	624
Dr. Mascota	468
Pekitas veterinaria	572
<b>TOTAL</b>	<b>3848</b>
<b>2019</b>	
<b>Nombre del negocio</b>	<b>Ventas anuales</b>
Mascoteando	0
Scooby - consultorio veterinario	520
Jopets supermercado de mascotas	780
Clínica veterinaria “el establo”	520
Pipos veterinaria	260
Mundo animal Pet Shop	572
Animal center	728
Dr. Mascota	468
Pekitas veterinaria	572
<b>TOTAL</b>	<b>4420</b>
<b>2020</b>	
<b>Nombre del negocio</b>	<b>Ventas anuales</b>
Mascoteando	364
Scooby - consultorio veterinario	572
Jopets supermercado de mascotas	936
Clínica veterinaria “el establo”	520
Pipos veterinaria	312
Mundo animal Pet Shop	572

Animal center	728
Dr mascota	520
Pekitas veterinaria	624
<b>TOTAL</b>	<b>5148</b>
<b>2021</b>	
<b>Nombre del negocio</b>	<b>Ventas anuales</b>
Mascoteando	676
Scooby - consultorio veterinario	520
Jopets supermercado de mascotas	1196
Clínica veterinaria “el establo”	520
Pipos veterinaria	780
Mundo animal Pet Shop	728
Animal center	780
Dr. Mascota	364
Pekitas veterinaria	728
<b>TOTAL</b>	<b>6292</b>

*Nota. Encuestas realizadas a los oferentes sobre la cantidad de prendas vendidas desde el año 2017 hasta el año 2021.*

**TOTAL PRENDAS ANUALES = 6292 prendas**

**PROMEDIO ANUAL = Total anual / N° empresas**

**PROMEDIO ANUAL = 6292 / 9**

**PROMEDIO ANUAL = 6292 / 9 = 699,11 prendas anuales vendidas por cada tienda.**

#### **Tabla 24.**

*Comercialización pasada*

<b>Variable</b>	<b>Ventas</b>	<b>Porcentaje</b>
2017	3536	
2018	3848	8,82%
2019	4420	14,86%
2020	5148	16,47%
2021	6292	22,22%

*Nota. Datos obtenidos de la investigación de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja.*

#### **Análisis e interpretación**

Con los resultados obtenidos a los oferentes, se puede determinar las ventas de 5 años anteriores, mismo que sirvieron para conocer el porcentaje de crecimiento comercial de las prendas de vestir caninas, por lo tanto, nos ayuda a determinar el número de ventas anuales de las prendas.

## 5. ¿A qué precio promedio vende Usted la prenda de ropa canina?

**Tabla 25.**

*Precio promedio de venta de prenda canina*

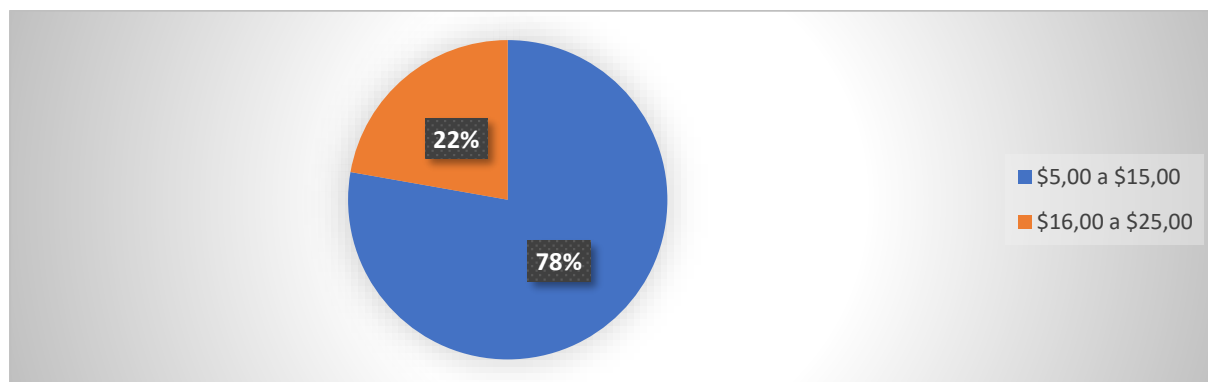
Detalle	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
\$5,00 a \$15,00	7	10	70	77,78%
\$16,00 a \$25,00	2	20,5	41	22,22%
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>		<b>111</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a los oferentes.*

**PRECIO PROMEDIO** =  $111 / 9 = 12$  dólares

**Figura 15.**

*Precio promedio de venta de prenda canina*



*Nota. La presente figura muestra las cifras sobre el tipo de ropa para mascotas produce.*

### **Análisis e interpretación**

Con los resultados obtenidos a los oferentes, se puede determinar que el 78% de las empresas venden las prendas de vestir en un rango de \$5 a \$15 dólares y el 22% de las empresas venden las prendas de vestir en un rango de 16 a 25 dólares, para lo cual nos da información muy importante para la fijación de precios de competencia para la nueva unidad productiva.

## 6. ¿Dónde adquiere Usted la ropa canina para su comercialización?

**Tabla 26.**

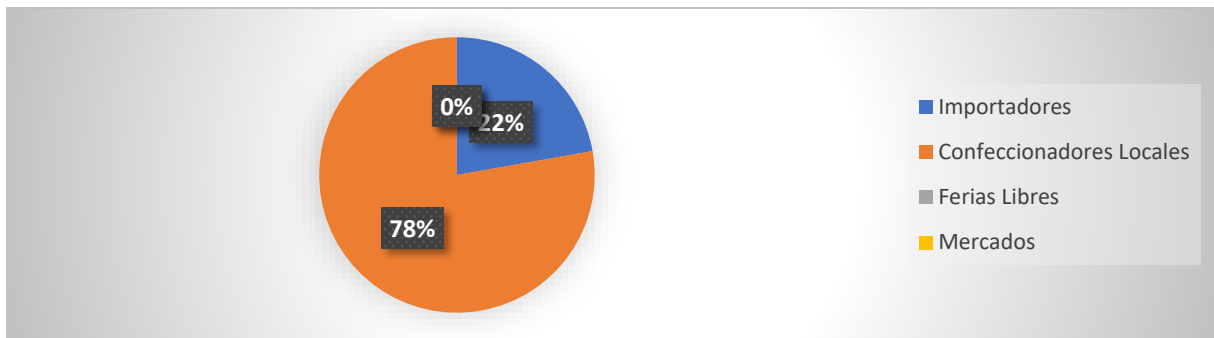
*Adquisición de ropa canina*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ferias Libres	0	0%
Mercados	0	0%
Importadores	2	22%
Confeccionadores Locales	7	78%
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

*Nota. Encuestas realizadas a los oferentes.*

**Figura 16.**

*Adquisición de la ropa canina*



*Nota. La presente figura muestra las cifras como resultado de las encuestas aplicadas a los oferentes en la ciudad de Loja sobre el tipo de ropa para mascotas produce.*

### **Análisis e interpretación**

Con los resultados obtenidos a los oferentes, se puede determinar que el 78% de las empresas adquieren la ropa canina directamente de los confeccionadores locales y un 22% adquieren este producto importando. Por lo tanto, las empresas adquieren las prendas caninas directamente de los productores debido a los descuentos que los proveedores les ofrece.

## **7. Discusión**

### **7.1. Estudio de mercado**

El estudio de mercado es el inicio del proyecto, el cual determina la cantidad de prendas de vestir canins que los clientes están dispuestos a comprar y saber la oferta existente en el mercado, de acuerdo a las encuestas realizadas hay una alta demanda de adquisición de prendas de vestir para raza pequeña, por lo que se producirá exclusivamente prendas pequeñas, además que se analizan 4 factores de mercado que son el precio, producto, plaza y promoción.

Se realizo una investigación muy exhaustiva a las 382 familias de la ciudad de Loja, cuyos datos se van a inferir para toda la población.

#### **7.1.1. Producto Principal**

El producto principal que se va a ofertar es la ropa para mascotas caninas de raza pequeña, ya que sirve para su cuidado.

La producción de prendas de vestir caninas es un proceso sencillo y de bajo costo, la ropa abrigada es muy necesaria especialmente si un perro de pelo corto vive en zonas invernales.

#### **7.1.2. Mercado Demandante**

El mercado demandante de la ropa para mascotas caninas, son las familias de la ciudad de Loja que tienen un gusto especial por este producto.

##### **7.1.2.1. Análisis de la Demanda**

La demanda es la cantidad de prendas de vestir para mascotas caninas que se pretende comercializar en la ciudad de Loja, para que sea adquirida por los mismo a diferentes precios de mercado, a fin de satisfacer las necesidad y preferencias.

#### **Promedio de compra por prendas de vestir canina**

Para la variable de frecuencia de compra de vestir canina se tomó en consideración la pregunta 7 de las encuestas aplicadas a los demandantes; que es ¿Con que frecuencia y en qué



cantidad adquiere uste el vestuario para su mascota canina?, dándonos como resultado que la compra promedio al año por familia es de 3 prendas de vestir caninas.

**Tabla 27.**

*Variables de frecuencia*

Variable	Xm	Trimestral			Semestral			Año			Total al año
		Frecuencia	F(Xm)	Trimestres al año	Frecuencia	F(Xm)	Semestres al año	frecuencia	F(Xm)	Año	
				4			2			1	
1 a 3	2	4	8	32	55	110	220	83	2	166	418
4 a 6	5	2	10	40	3	15	30	5	5	25	95
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>Prendas</b>	<b>72</b>	<b>58</b>	<b>Prendas</b>	<b>250</b>	<b>88</b>	<b>Prendas</b>	<b>191</b>	<b>513</b>

*Nota. Variables de frecuencia.*

$$\sum F(Xm) = 72 + 250 + 191 = 513 \text{ prendas al año}$$

$$\sum F = 6 + 58 + 88 = 152 \text{ familias que compran ropa para su mascota.}$$

$$x = \frac{\sum F(Xm)}{\sum F}$$

$$x = \frac{513}{152}$$

$$x = 3.37$$

**Compra promedio al año: 3 prendas**

### **Descripción**

Para conocer la frecuencia de compra de vestir canina, se procedió a realizar los cálculos a partir del estudio de mercado donde la frecuencia se multiplica por los límites de cada intervalo y se divide para dos, de esta manera se obtiene el valor central de cada intervalo ( $X_m$ ), que posteriormente se procede a multiplicar por la frecuencia obteniendo así la frecuencia absoluta ( $F(X_m)$ ). Luego se toma la sumatoria de la frecuencia absoluta de las compras trimestrales y semestrales convertidas a compras al año, y las compras anuales, para luego proceder a dividir la sumatoria de la frecuencia; por lo tanto, se obtuvo que el promedio de compra por familia de 3 prendas.

### **Demanda Potencial**

La demanda potencial hace referencia principalmente a la cantidad de prendas de vestir caninas que se puede adquirir en el mercado, en este caso aquellos que estarían en capacidad de comprar prendas de vestir para su mascota canina.

Para la demanda potencial se considera a las familias que cuentan con mascotas caninas en sus hogares.

**Tabla 28.**

*Proyección de la demanda potencial*

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Demandantes potenciales tienen mascotas caninas</b>	<b>Promedio de consumo anual</b>	<b>Demanda potencial mascotas caninas</b>
	2,65%	82%		
0	42.026	34.655	3	103964
1	43.139	35.573	3	106719
2	44.283	36.516	3	109547
3	45.456	37.483	3	112450
4	46.661	38.477	3	115430
5	47.897	39.496	3	118489

*Nota. La presente tabla muestra la proyección de la demanda potencial para 5 años*

### **Descripción**

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que en la ciudad de Loja para el año 2022 son 42.026 familias con mascotas caninas el cual va aumentando gradualmente según la tasa de crecimiento poblacional que es de 2,65%, por consiguiente, este número de familias multiplicado por el porcentaje de 82%, que si tienen mascotas en sus hogares, de acuerdo a la investigación realizada las mismas; de esta manera se obtiene la proyección para todos los 5 años, seguidamente se procede a multiplicar por las 3 prendas que es el promedio de compra anual por familias para obtener la demanda potencial, este mismo proceso se aplica para la

proyección de los demás años.

### **Demanda Real**

La demanda real hace referencia a las prendas de vestir para mascotas que actualmente compran las familias en la ciudad de Loja

Familias que adquieren prendas de vestir para mascotas caninas en la ciudad de Loja: 152 familias (48%).

### **Tabla 29.**

#### *Demandantes reales*

	<b>Demandantes Potenciales</b>	<b>Demandantes Reales</b>
<b>Años</b>	<b>82%</b>	<b>48%</b>
0	103.964	50.167
1	106.719	51.496
2	109.547	52.861
3	112.450	54.262
4	115.430	55.700
5	118.489	57.176

*Nota. La presente tabla muestra la proyección de la demanda real para 5 años.*

### **Descripción**

Para el cálculo de la proyección de la demanda real se utilizó a los demandantes potenciales que se calculó anteriormente, el cual se multiplico el 48% de las familias que, si adquieren ropa para sus mascotas, se obtuvo como resultado para el año cero un valor de 50.167 familias de esta manera se puede determinar que la demanda real para el último año es de 57.176 familias que son los demandantes reales de la ciudad de Loja.

### **Demanda Efectiva**

La demanda efectiva hace referencia a los demandantes desean adquirir el producto a un precio dado en un momento determinado.

En este caso el porcentaje de familias que estarían dispuestas a comprar en la nueva unidad productiva representan el 86% del total de la población objetivo de estudio.

**Tabla 30.***Demandantes efectivos*

	<b>Demandantes reales</b>	<b>Demanda efectiva</b>
<b>Años</b>	<b>48%</b>	<b>86%</b>
0	50.167	43.159
1	51.496	44.303
2	52.861	45.477
3	54.262	46.682
4	55.700	47.919
5	57.176	49.189

*Nota. La presente tabla muestra la demanda efectiva para 5 años.*

### **Descripción**

Para el cálculo de la proyección de la demanda efectiva se utilizó a los demandantes reales calculados anteriormente, la cual se multiplico por el 86% de las familias que si desean adquirir las prendas de vestir para sus mascotas caninas; podemos decir que la demanda efectiva es de 43.156 familias en el año cero, de esta misma manera podemos observar que el quinto año se tendrá 49.189 familias en demanda efectiva.

### **7.1.2.2. Análisis de la Oferta**

La oferta existente en la ciudad de Loja en la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas, no es tan variada existen tiendas pequeñas que se dedican a la comercialización de ropa para mascotas, el proyecto está orientado a la producción de este producto innovador que satisfaga las necesidades de los clientes.

#### **Oferta**

Según la investigación de campo y conversación que se obtuvo con los administradores o responsables de cada tienda comercial se obtiene los siguientes resultados.

La oferta considerada en el mercado lojano está comprendida por una muestra de 9 oferentes que son aquellas empresas, microempresas, supermercados, centros comerciales y tiendas comerciales, que venden el producto, de los cuales la totalidad de oferentes correspondientes al 100% manifestaron que si venden prendas de vestir caninas, los cuales son considerados como la competencia.

#### **Oferta Actual**

La oferta actual, es la cantidad de prendas de vestir para mascotas caninas que se está ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó la información de la cantidad por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual.

Con base a esta información calculamos el promedio de oferta:

**Tabla 31.**

*Oferta Actual*

<b>Empresas</b>	<b>Promedio de prendas por tienda</b>	<b>Promedio anual en venta de prendas</b>
9	699	6292

*Nota. La presente tabla indica la oferta actual*

La oferta considerada en el mercado lojano está comprendida por una muestra de 9 oferentes que son aquellas veterinarias, estéticas caninas y tiendas de ropa y accesorios caninos, que venden el producto, de los cuales los 9 oferentes si venden prendas de vestir canina en pocas cantidades, los cuales son considerados como la competencia.

De acuerdo al estudio de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja, se obtuvo que las ventas anuales en los últimos 5 años son los siguientes:

**Tabla 32.**

*Venta de ropa canina anual*

<b>Años</b>	<b>Ventas de ropa canina</b>	<b>Porcentaje de incremento</b>
2017	3536	
2018	3848	8,82%
2019	4420	14,86%
2020	5148	16,47%
2021	6240	22,22%
<b>Total</b>		62%
	<b>Tasa de crecimiento comercial</b>	<b>15.60%</b>

*Nota. La presente tabla indica la tasa del incremento de las ventas de los oferentes respecto a la ropa canina.*

### **Descripción**

Con los datos anteriores se procedió a calcular el porcentaje de incremento que estas ventas tuvieron en los últimos 5 años, para lo cual se resta las ventas del año 2021 menos las ventas de año 2020 y se divide para las mismas ventas del año 2020 y se obtiene el primer porcentaje de incremento  $((6240 - 5148) / 5148 = 22.22\%)$ , de esta manera se obtiene el porcentaje de incremento general que se obtiene al sumar y dividir para el número de datos  $(62\%/5 = 12\%)$ .

### **Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta se utilizará el índice de crecimiento comercial que es de 23,50% de la ciudad de Loja a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

**Tabla 33.***Proyección de la oferta*

<b>Años</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>	<b>Oferta proyectada</b>
0		6.292,00
1	12%	7.077,01
2	12%	7.959,95
3	12%	8.953,05
4	12%	10.070,06
5	12%	11.326,42

*Nota. La presente tabla indica la proyección de la oferta para 5 años*

**Descripción**

Para el cálculo de la proyección de la oferta se multiplica la oferta del año 0 (del último año) por el promedio de porcentaje de ventas y a este resultado se le suma el mismo valor de la oferta del año 0  $((6292 * 12\%) + 6292)$  con esto se obtiene la oferta proyectada del año 1 (7.077), este proceso se aplica para todos los años y de esta manera se obtiene la proyección para los 5 años de vida útil del proyecto.

**7.1.2.3. Balance oferta y demanda**

Con el cálculo de la oferta y la demanda para la producción de ropa para mascotas caninas, se procede a establecer un balance para determinar la demanda insatisfecha, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda efectiva} - \text{oferta proyectada} = \text{Demanda insatisfecha}$$

**Tabla 34.***Balance de la oferta y demanda*

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva (Prendas)</b>	<b>Oferta proyectada (Prendas)</b>	<b>Demanda insatisfecha (Prendas)</b>
0	43.159	6.292	36.867
1	44.303	7.077	37.226
2	45.477	7.960	37.517
3	46.682	8.953	37.729
4	47.919	10.070	37.849
5	49.189	11.326	37.863

*Nota. En la presente tabla se muestra la demanda insatisfecha*

**Descripción**

En el presente caso la demanda es superior a la oferta, por ello existe un déficit de oferta o superávit de demanda, en este caso existe demanda insatisfecha en cuanto a la cantidad. Esto permite concluir que existe posibilidad de mercado para el proyecto.

Se determinó la demanda insatisfecha de la ropa para mascotas en la ciudad de Loja a través de los resultados obtenidos por parte de los consumidores a través de la encuesta y de los oferentes mediante la entrevista dando como resultado la demanda insatisfecha del año 0 o año base de 59.969 prendas de vestir para mascotas caninas existente.

Para determinar la demanda insatisfecha del año 1 se efectuó lo siguiente:

**DI= Demanda efectiva año 1 – oferta proyectada**

$$DI = 43.303 - 7077$$

$$DI = 37.226$$

Se obtuvo un total de demanda insatisfecha del año 1 de 37.226 prendas de vestir para mascotas caninas, se realiza el mismo cálculo para obtener la demanda insatisfecha de los posteriores años de vida del proyecto.

### **7.1.3. Estrategias de comercialización**

#### **7.1.3.1. Producto**

La ropa para mascotas caninas es un producto elaborado a partir de textiles que se confeccionaran y comercializaran, en la nueva unidad productivas se ofrecerá productos como: Chompas caninas, siendo un producto innovador con diseños personalizados, texturas confeccionadas con tela poliéster de diversos colores, un producto 100% ecuatoriano elaborado por mano de obra lojana, diseñadas de acuerdo a la tendencia de moda de cada año, se realizará específicamente en talla pequeña, únicamente para mascotas caninas de raza pequeña debido a la alta demanda y adquisición de prendas pequeñas, siendo un producto con buena presentación, calidad y un precio acorde a las expectativas de los gustos y preferencias de los consumidores.

**7.1.3.2. Etiqueta**

**Figura 17.**

*Etiqueta de la ropa para mascota canina parte delantera*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina.*

**Figura 18.**

*Etiqueta de la ropa para mascota canina parte trasera*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina*



### 7.1.3.3. Prenda de vestir “Chompa”

Figura 19.

*Chompas para mascotas caninas raza pequeña*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina.*

**Materia prima:** Tela poliéster, Tela de camiseta

**Diseño:** Varios diseños.

**Colores:** Varios colores.

#### 7.1.3.3.1. Medida de la Chompa

Tabla 35.

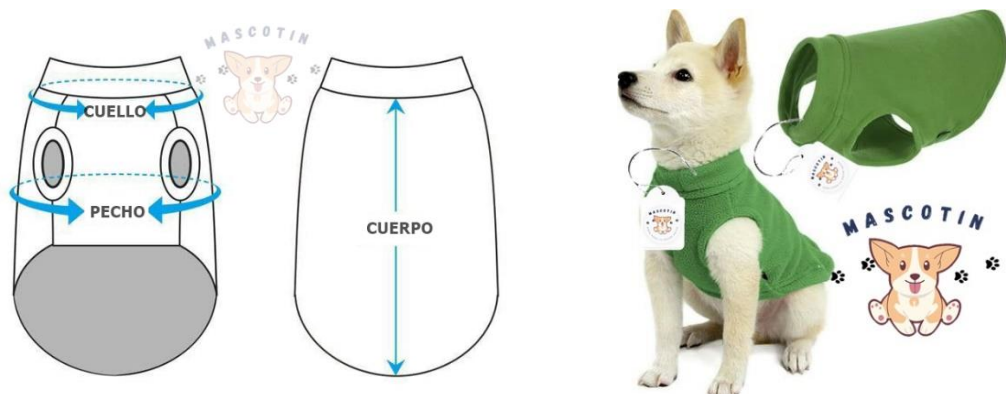
*Medidas de chompas*

	Talla	Cuerpo	Pecho	Cuello
<b>Raza Pequeña</b>	S	30	35	23

*Nota. La presente tabla muestra las medidas de las prendas de vestir “Chompa”*

Figura 20.

*Medidas en mascota caninas pequeñas*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina.*

#### 7.1.3.4. Nombre de la empresa

El nombre que se ha escogido de la unidad productiva es “MASCOTIN”, de acuerdo al producto que se ofrecerá al mercado que relaciona con la tendencia de moda de ropa para mascotas canina pequeña que se actualiza cada año.

#### 7.1.3.5. Slogan

Formula breve y original de palabras combinadas que atraiga al consumidor a la hora de adquirir nuestro producto. El eslogan del producto es:

#### Figura 21.

*Slogan*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina*

El slogan de la empresa es atractivo y fácil de recordar a fin de ser agradable para el consumidor. Por aquello la empresa consideró conveniente y oportuno lo siguiente: “ROPA PARA TU MEJOR AMIGO”, haciendo hincapié en la calidad del producto para que capte el mensaje de mejorar el cuidado con un producto de buena calidad que aporte al cuidado.

#### 7.1.3.6. Logotipo

Es un símbolo que sirve para identificar una empresa está formado por imágenes o letras. El logotipo que identificara la empresa productora de ropa para mascotas caninas está compuesto por el texto que incluye la marca “MASCOTIN”.

**Figura 22.**

*Logotipo*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina*

#### **7.1.3.7. Precio**

Para determinar los precios que se aplicarán en el presente proyecto se tomará en consideración principalmente los costos que intervendrán en la producción del producto, con un margen tolerable de utilidad; y básicamente los precios del mercado competidor para así poder establecer un buen precio del producto sin alejarse de franja competido.

#### **7.1.3.8. Plaza**

La nueva unidad productiva utilizara el canal directo, se lo realizara directamente de la empresa al consumidor final, es decir la misma empresa se encargará de que la ropa para mascotas caninas pequeñas llegue a manos del cliente, mediante una tienda física

**Figura 23.**

*Canal de distribución*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina*

#### **7.1.3.9. Promoción**

Se realizará promociones de acuerdo a la información recopilada de los demandantes tales como:

- Se realizará descuentos por compra de cantidad de prendas caninas
- Promociones en fechas festivas
- Se obsequiará regalos a clientes frecuentes como: 72 llaveros y 60 collares.

**Figura 24.**

*Llaveros de promoción*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina*

**Figura 25.**

*Collares de promoción*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina*

#### **7.1.3.10. Publicidad**

Debido a que este producto se encuentra en etapa de introducción en el mercado de la ciudad de Loja, las estrategias comunicacionales a corto plazo serán aquellas destinadas a comunicar la presencia de nuevos diseños de ropa para mascota pequeña.

Las estrategias de publicidad serán establecidas tomando en consideración la opinión de las familias en las encuestas realizadas los medios utilizados en este periodo serán básicamente medios de comunicación digital, haciendo uso de tiendas virtuales mediante páginas web y redes sociales oficiales del producto.

**Figura 26.**

*Tarjeta de presentación*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina.*

**Figura 27.**

*Tarjeta de presentación*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina.*

Se realizara campañas publicitarias, videos, fichas publicitarias, publicaciones en redes sociales.

**Figura 28.**

*Publicaciones en redes sociales*



*Elaborado: Gilson Alexander Medina*

### 7.1.3.11. Presupuesto de comercialización

Finalmente, el presupuesto de el plan de comercialización se procede a poner lo correspondiente a publicidad y promoción necesarios para poner en marcha la nueva unidad productiva y lograr que se posicione en el mercado, el cual se detalla a continuación:

**Tabla 36.**

*Presupuesto de Publicidad y Promoción*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad De Medida</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Requerida Anual</b>	<b>Costo Anual</b>
Llaveros	Unidad	\$0,50	72	\$36,00
collares	Unidad	\$1,00	60	\$60,00
Publicidad en redes sociales	Unidad	\$20,00	12	\$240,00
Tarjetas de presentación	Pack x 1000	\$15,00	6	\$90,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$426,00</b>

*Nota. La presente tabla indica la descripción del presupuesto de la promoción y publicidad necesarias en las estrategias de comercialización.*

## 7.2. Estudio Técnico

En el estudio técnico se analizan los elementos relacionados con la ingeniería básica del proceso que desea implementar y para ello se debe realizar una descripción de manera detallada con el objetivo de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. Este determina la cantidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, donde se puede definir

### 7.2.1. Localización

La empresa será ubicada en el lugar más conveniente para el proyecto el espacio físico que se llevará a efecto las actividades de la nueva unidad productiva.

#### 7.2.1.1. Factores de localización

Determinado el sitio donde se instalará la empresa de producción y comercialización de ropa para mascotas caninas se detallan los aspectos que permitirán que se lleve a cabo las actividades comerciales, se reúne los factores básicos, que se muestran a continuación:

- **Materia prima:** La materia prima que se adquirirá para la producción de ropa para mascotas caninas; la empresa que nos ofrecerá la materia prima es ALMACENES GRAN COLOMBIANO, ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Loja.
- **Cercanía al Mercado:** La empresa estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Loja en un lugar con bastante afluencia de familias que cuentan con mascotas caninas.

- **Vías de comunicación:** El lugar donde va a estar ubicada la empresa cuenta con vías de primer orden que facilitan el acceso normal para transportar el producto.
- **Servicios Básicos:** Permite el funcionamiento de la empresa, el lugar donde se encontrará la empresa contará con todos los servicios básicos de Ley como: agua, luz telefonía, internet, alcantarillado siendo necesarios para la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas.
- **Disponibilidad de mano de obra:** E la localidad de la ciudad de Loja existe mano de obra disponible ya que se encuentra un alto grado de desempleo y subempleo a consecuencia del COVID 19, puesto que la empresa brindara oportunidades de fuentes de trabajo.
- **Cercanía al mercado:** La cercanía al mercado de la nueva unidad productiva estará destinada a satisfacer las necesidades de las familias de la ciudad de Loja, puesto que la ubicación de la empresa es excelente ya que cuenta con vías de acceso en perfecto estado para el transporte de materia prima al igual que al momento de trasladar el producto terminado el lugar es estratégico y acogedor para poder distribuir el nuevo producto a los clientes

Para analizar cada uno de estos factores se cree conveniente considerar algunos sitios dentro de la ciudad de Loja, los cuales se muestran a continuación

**Tabla 37.**

*Selección del lugar de implementación de la planta.*

<b>Factor</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Mercado</b>	<b>Servicios Básicos</b>	<b>Transporte</b>	<b>Costo de arriendo</b>	<b>Económico- Legal</b>	<b>Total</b>
<b>Alternativa</b>								
La Argelia	9	7	8	1	10	9	9	<b>62</b>
El Sagrario	10	9	10	1	10	9	9	<b>67</b>
El Valle	8	9	8	1	10	9	9	<b>63</b>

*Nota. La presente tabla indica la descripción del lugar donde se ubicará la planta productora y comercializadora de ropa para mascotas caninas.*



Como se muestra en la tabla anterior, el lugar de ubicación de la nueva unidad productiva alcanza mayor puntaje el sector “El Sagrario”, siendo la zona céntrica de la ciudad de Loja, lo que significa que tendría mayores beneficios al estar ubicada en dicha zona.

Luego de analizar los diferentes factores se tiene que:

- Mayor facilidad de acceso de materia prima, debido a su ubicación en la zona céntrica por lo que su costo de transporte resulta más barato.
- El local comercial cuenta con todos los servicios básicos
- Gran afluencia de clientes en el sector

Una vez analizados los factores para elegir una ubicación estratégica, se tiene el mejor sitio donde se ubicará la empresa, es un lugar estratégico por los siguientes puntos:

#### **7.2.1.2. Macro localización.**

Es la ubicación de la nueva unidad productiva dentro de un mercado local, localizándola en la región sur del Ecuador, en la provincia de Loja, cantón Loja, ciudad de Loja, que corresponde a la zona 7 del Ecuador.

### **UBICACIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS**

#### **Mapa de Ecuador**

**Figura 29.**

*Mapa del Ecuador*



*Fuente: Google Earth*

## MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

**Figura 30.**

*Mapa de la provincia de Loja*



Fuente:(mapas.owje.com)

### 7.2.1.3. Micro localización.

De acuerdo a la información recopilada el 86% de las familias escogió que la nueva unidad productiva se localice en la zona central ya que es una ubicación accesible para adquirir las prendas de vestir para sus mascotas, por ello la empresa estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Loja exactamente en la calle Miguel Riofrío entre Antonio José de Sucre y Simón Bolívar frente al instituto sudamericano.

A continuación, se muestra el mapa de la ubicación de la empresa

**Figura 31.**

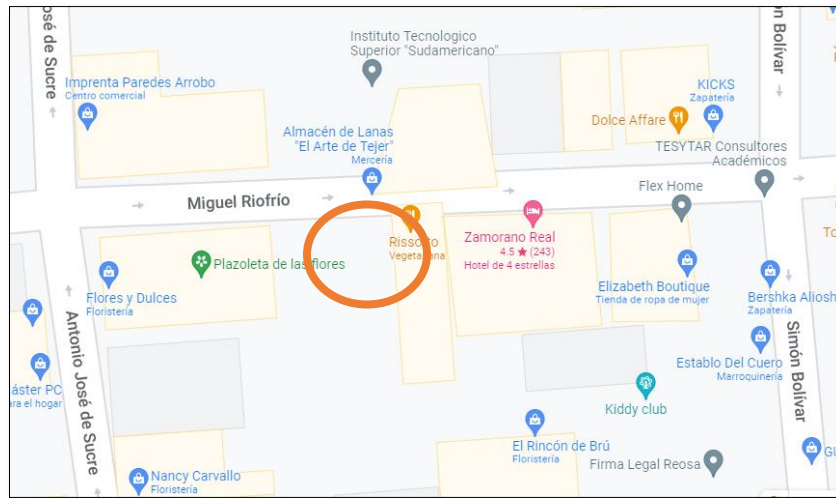
*Mapa de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Loja*



Fuente: (Loja.gob.ec)

**Figura 32.**

*Ubicación de la empresa*



*Fuente: Google Earth*

### 7.2.2. Tamaño

El tamaño de la empresa determina el monto de la inversión y los costos esperados, por lo que está relacionado con la capacidad instalada, la capacidad utilizada para iniciar la producción y factores como: disponibilidad de materia prima, capacidad de maquinaria, tiempo, número de trabajadores y proveedores que cumplan los requerimientos de materia prima, para satisfacer la demanda diaria estimada.

#### 7.2.2.1. Capacidad Instalada

La capacidad instalada, se la determino por el volumen total de producción, es decir, se utilizará el 100% de sus recursos, con sus respectivos tiempos y capacidad máxima en función de la mano de obra, comprendiendo de esta forma la capacidad máxima que puede producir la empresa en cuanto a sus operaciones.

Puesto que la capacidad instalada contempla el trabajo durante 24 horas durante los 365 días del año, la producción en capacidad instalada será:

**Tabla 38.**

*Cálculo de la capacidad instalada*

Tiempo de producción	Unidad de medida	Total Chompas
8	Horas	40
24	Horas	120
365	Días	43.800

*Nota. La presente tabla indica la cantidad de producción que determina el máximo rendimiento.*

### Descripción

Para la confección de las prendas caninas pequeñas, se trabajará de manera secuencial con dos obreros de tal manera que se pueda aprovechar el tiempo de producción y así no tener capacidad ociosa, consideramos que se produce 5 prendas en una hora y se trabajará 24 horas, dando una producción diaria de 120 prendas y por los 365 días al año se producirá 43.800 prendas anuales que se producirán de acuerdo al 100% de su capacidad

#### 7.2.2.2. Capacidad Utilizada

Es la cantidad de prendas caninas que se pueden producir en el tiempo real, por ello se considera las 8 horas diarias, los 5 días de la semana tiempo en el que se llevará a efecto la producción de prendas caninas.

**Tabla 39.**

*Cálculo de la capacidad utilizada*

Tiempo de producción	Unidad de medida	Total prendas (chompas)
8	Horas	40
5	Días	200
52	Semanas	<b>10.400</b>

*Nota. La presente tabla indica el volumen de producción de la capacidad utilizada en la semana.*

### Descripción

La empresa estima una capacidad utilizada de producción de 40 prendas diarias en un proceso de 8 horas durante 5 días, a la semana se estarían produciendo 200 prendas y para la producción anual se realiza el siguiente calculo: 200 prendas semanales multiplicamos por las 52 semanas que tiene el año y obtenemos como resultado la producción de 10.400 prendas al año.

**Tabla 40.**

*Participación en el mercado de la capacidad utilizada*

Años	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	Porcentaje de participación
0	36867	10.400	28%
1	37226	10.400	28%
2	37517	10.400	28%
3	37729	10.400	28%
4	37849	10.400	27%
5	37863	10.400	27%

*Nota. La presente tabla indica la participación de mercado de la capacidad utilizada.*

## **Descripción**

Mediante la ejecución productiva en 8 horas diarias, la empresa obtendría una participación de mercado del 28%, mismo resultado que se obtiene de la siguiente operación matemática: capacidad utilizada anual (10.400 prendas) por 100% y el producto de estas cantidades dividido para la demanda insatisfecha (36.867).

### **7.2.3. Ingeniería Del Proyecto**

La ingeniería del proyecto se realiza con el objetivo de determinar los aspectos relacionados con: el proceso de producción, distribución de la planta y los requerimientos necesarios

#### **7.2.3.1. Proceso productivo**

En esta parte se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto es importante indicar cada una de las fases del proceso.

En el proceso de producción de ropa para mascotas caninas pequeñas se realizará las siguientes fases

**Recepción de Materia Prima:** La primera fase es la recepción de materia prima que es suministrado por el proveedor previamente calificado y seleccionado, para la producción de prendas caninas pequeñas. (1 minutos)

**Selección de la materia prima:** En la segunda fase se seleccionará la tela que esté en condiciones para ser confeccionada, debe ser tela de textura suave y de calidad. (1 minuto)

**Traslado de la materia prima:** Siendo seleccionada la tela se traslada a las costureras. (30 segundos)

**Trazo y corte:** Se coloca los moldes sobre la tela y se los dibuja con tiza, como siguiente se cortan todas las piezas. (3 minutos)

**Confección:** Se procede a unir las piezas de tela con la máquina de coser recta, se asegura las costuras con la máquina de coser overlock. (5 minutos)

**Control de Calidad:** Se comprueba que la prenda de vestir este en buenas condiciones para pasar a la venta y su debida distribución. (30 segundos)







**Empaquetado:** El etiquetado de las prendas de vestir que pasaron el control de calidad serán etiquetadas manualmente, una vez etiquetado se lo prepara para su respectiva distribución. (15 segundos)

**Almacenado:** Las prendas pasaran a unas vitrinas para poder exhibir los diferentes diseños, tamaños y colores, además para que puedan ser despachados a sus distintos puntos de venta. (25 segundos)

### 7.2.3.2. Simbología del flujograma

Tabla 41.

*Simbología del flujograma*

<b>Símbolo</b>	<b>Descripción</b>
	Operación: Cuando se transforma un objeto, se recibe o da información o se planea.
	Demora o retraso: Cuando se espera la ejecución de una actividad anterior, o que debe esperar ser realizada
	Operación e inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente establecidos en la elaboración de un bien y se está realizando bien la operación
	Inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente
	Almacenamiento: el producto es guardado y será trasladado previa de acuerdo a su distribución.
	Transporte: cuando un objeto es trasladado de un lugar a otro fuera de la empresa







*Nota. La presente tabla muestra la simbología del flujograma.*

## Diagrama del proceso productivo

Producción de una prenda de vestir canina en 12 minutos.

**Tabla 42.**

*Diagrama de proceso productivo*

Fases	Proceso Productivo	Inspección o control	Operación	Operación combinada	Retraso o demora	Traslado o transporte	Almacenamiento	Tiempo
								
1	Recepción de materia prima							1 min
2	Selección de la materia prima							1 min
3	Traslado de la materia prima							30 seg
5	Trazo y corte							3 min
6	Confección							5 min
7	Control de calidad							30 seg
8	Empaquetado de la prenda							15 seg
9	Almacenado del producto							25 seg
	<b>Total</b>							12 min

*Nota. La siguiente tabla muestra el diagrama de proceso productivo.*

### 7.2.4. Distribución de la planta

La distribución en la planta hace referencia a la organización dentro del espacio físico de la empresa como movimientos de materia, almacenamiento, equipos industriales, administración, etc. Para la producción de ropa para mascotas caninas se requiere de un inmueble de arrendamiento el mismo que consta una sola planta de 70 metros cuadrados

### Área Producción.

- Área de recepción de materia prima
- Área de corte
- Área de costura
- Área de planchado
- Área de etiquetado
- bodega

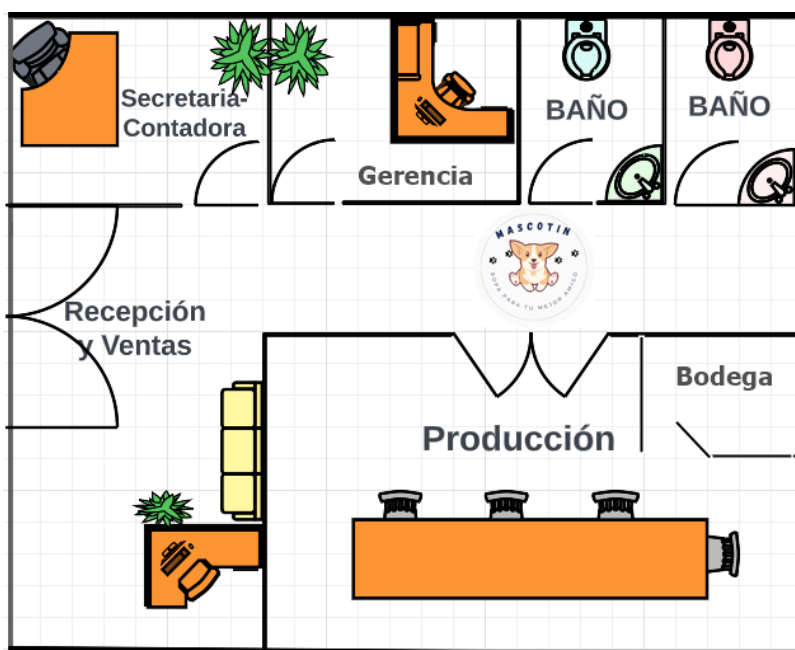
### Área administrativa

- Oficina Gerencia
- Recepción
- Almacenamiento
- Baños

Se incluye en la infraestructura, las construcciones de oficinas, bodegas, áreas de servicios, equipos, muebles y enseres. La empresa será instalada en un área de 250 m, los mismos que se distribuirán de la siguiente manera: Las oficinas son destinadas para el uso del personal administrativo, y ventas. Las bodegas para el almacenamiento de suministros y materiales para la venta del producto y el área de ventas.

**Figura 33.**

*Distribución de la planta*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina*



#### 7.2.4.1. Requerimientos de componente tecnológico


##### Maquinarias y equipos, muebles y enseres y equipos de cómputo.

En la producción y comercialización de ropa de mascotas caninas, se contará con tecnología de calidad que nos garantizará durabilidad en su uso y obtener el producto terminado en menor tiempo posible utilizando una máquina de Coser Recta Industrial Juki, una máquina De Coser overlock y una plancha industrial, el etiquetado de las prendas se lo realizará manualmente.

Para la producción de ropa para mascotas caninas utilizaremos lo siguiente:

**Tabla 43.**

*Maquinaria y equipo*

<b>Máquina de Coser Recta Industria</b>	
<b>Cantidad</b>	<b>1</b>
<b>Marca y modelo</b>	<b>Juki 8100E</b>
<b>Características técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lubricación automática.</li><li>• Para materiales livianos y medianos</li><li>• Velocidad de costura de hasta 3.500ppm.</li><li>• Longitud de puntada regulable.</li><li>• Tiempo de trabajo hasta 48 horas consecutivas.</li><li>• Rebobinador automático.</li><li>• Capacidad de motor 1 1/2 hp.</li></ul>
<b>Precio</b>	<b>\$500.00</b>
<b>Grafico</b>	
<b>Máquina de Coser overlock</b>	
<b>Cantidad</b>	<b>1</b>
<b>Marca y modelo</b>	<b>JUKI MO6816S-DE6-30H</b>
<b>Características técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Overlock de 5 hilos.</li><li>• Puntada de seguridad.</li><li>• El mecanismo de barra de las agujas y el mecanismo del looper superior se han rediseñado para que no requieran lubricación.</li><li>• La máquina no salpica el aceite después de un largo periodo de uso.</li></ul>
<b>Precio</b>	<b>\$350.00</b>

---

**Grafico**

---

**Plancha industrial**

---

**Cantidad** 1

---

**Marca y modelo** SILVERSTAR 85AF

- 
- Características técnicas**
- Plancha industrial a vapor
  - Incluye depósito de agua
  - Electroválvula generadora de vapor
  - Alto rendimiento y durabilidad
  - Placa de teflón que evita brillo
  - Base porta plancha.

---

**Precio** \$102. 00

---

**Grafico**

---

*Nota. El presente cuadro muestra las características Maquinaria y equipo.*

**Tabla 44.***Muebles y Enceres de administración*

---

**Sillas de oficina** 2 sillas  
**Ergonómicas** **Precio:** \$105.00

---

**Escritorios** 2 escritorios  
**Precio:** \$130.00

---

**Mueble de  
espera**

1 Mueble  
**Precio: \$160.00**



---

*Nota. La presente tabla indica los muebles y enceres necesarios para el área de administración de la empresa productora y comercializadora de ropa para mascotas caninas*

**Tabla 42.**

*Muebles y enceres de planta*

---

**Sillas de  
madera**

4 sillas de  
madera  
**Precio: \$45.00**



---

**Mesa grande de  
3 x1.5 m2**

1 mesa  
**Precio: \$120.00**



---

**Stant**

1 stant  
**Precio: \$105.00**






---

*Nota. La presente tabla indica los muebles y enseres necesarios para el área de producción de la empresa productora y comercializadora de ropa para mascotas caninas.*

**Tabla 45.**


*Equipos de computo*

<b>Computadora DELL</b>	2 computadoras <b>Precio:</b> \$600.00	
<b>Impresora EPSON</b>	1 impresora EPSON <b>Precio:</b> \$110.00 <ul style="list-style-type: none"><li>• Impresora</li><li>• Escáner</li><li>• Copiadora</li><li>• ADF para fácil copiado, escaneo y envío de fax</li><li>• WiFi</li><li>• DUPLEX</li><li>• Pantalla LED</li><li>• Puerto de Red LAN</li></ul>	
<b>Regulador de Voltaje</b>	1 regulador de Voltaje <b>Precio:</b> \$120.00 <ul style="list-style-type: none"><li>• Marca Forza FVR-3001</li><li>• 3000VA – 1500Watts</li><li>• 4 tomas protegidas</li><li>• Entrada voltaje nominal: 110/120V</li><li>• Margen de voltaje entrada: 86-138VAC</li><li>• Joules 900</li></ul>	

*Nota. La presente tabla indica los equipos de cómputo.*

**Tabla 46.**

*Equipos de seguridad*

<b>Extintores</b>	2 extintores co2 <b>Precio:</b> \$15.00	
-------------------	--------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

---

**Cámaras de seguridad**      3 cámaras de seguridad  
Precio: \$70.00



---

*Nota. La presente tabla indica los equipos de seguridad.*

#### **7.2.4.2. Requerimientos de Materia prima**

La nueva unidad productiva debe adquirir la materia prima directa para poder desarrollar sus actividades de producción. A continuación, se detallan los requerimientos de materia prima necesarios para la producción de 40 prendas de vestir para mascotas caninas en 8 horas diarias.

**Tabla 47.**

*Cantidad de materia prima*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad/Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P/Unitario</b>	<b>Total Anual</b>
Tela poliéster	Rollo de 100 Metros	17	\$ 60,00	\$ 1.040,00
tela camiseta	rollo de 100 Metros	9	\$ 65,00	\$ 614,55
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.654,55</b>

*Nota. La presente tabla indica la cantidad de materia prima directa requerida mensual y anual.*

**Tabla 48.**

*Cantidad de materia prima indirecta*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad/ Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio/unitario</b>	<b>Total Anual</b>
Hilo	Metros	95	\$6,00	567,27
Etiquetas	Unidad	10400	\$0,03	312,00
<b>TOTAL</b>				<b>879,27</b>

*Nota. La presente tabla indica la cantidad de materia prima indirecta requerida mensual y anual.*

#### **7.2.4.3. Requerimiento del Personal**

El personal de la empresa es muy importante para el buen funcionamiento, es por ello que se contratará 2 operarios que laborarán 8 horas diarias de acuerdo a los requerimientos de la producción de ropa para mascotas caninas.

Además, se requerirá de personal administrativo con título mínimo de tercer nivel, dentro de lo cual se necesitará: 1 gerente mismo que cumplirá cargo de vendedor, 1 secretaria-contadora, cumpliendo este rol durante la ejecución del proyecto.

#### **7.2.4.4.Diseño administrativo**

##### **Constitución legal de la empresa u organización**

Se constituirá como Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada realizará sus actividades mercantiles, bajo la razón social o denominación objetiva, de la compañía limitada a su abreviación “E.U.R.L.” Entonces, la razón social será: MASCOTIN E.U.R.L., organización que tendrá como objetivo la producción y comercializadora de ropa para mascotas canina en la ciudad de Loja, establecida en la parroquia “El Sagrario”.

##### **Razón Social**

La empresa llevara el nombre de MASCOTIN E.U.R.L., producción y comercialización de ropa para mascotas caninas en la ciudad de Loja.

##### **Actividad**

La Compañía se dedicará a la producción y comercialización de ropa para mascotas canias con los más altos estándares de calidad.

##### **Domicilio**

La empresa se encontrará en la ciudad de Loja, Cantón Loja de Loja, en la zona céntrica específicamente en el sector “El Sagrario”, en las calles Miguel Riofrio entre Antonio José de Sucre y Simón Bolívar frente al instituto sudamericano.

##### **Duración**

La duración es de 5 años desde el momento inscrita en el registromercantil en el cual se promete cumplir con todo lo establecido en el reglamento.

##### **Capital social**

El capital de esta Compañía será con capital propio y mediante un préstamo el cual será otorgado por institución financiera BanEcuador.

##### **Administración y Representante legal**

El representante legal de esta compañía es el Ing. Gilson Alexander Medina Capa con número de cédula 1105665457 el mismo que desempeña el cargo de Gerente- propietario.

##### **Estructura empresarial**

La estructura empresarial es la estructura organizativa con la que cumple las funciones la empresa, conlleva a una organización con mayor precisión en la designación de funciones y responsabilidades a cada uno de los miembros de la misma.

##### **Niveles de autoridad**

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la Ley de compañías en cuanto a la administración, más lo que son propios de toda

organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles

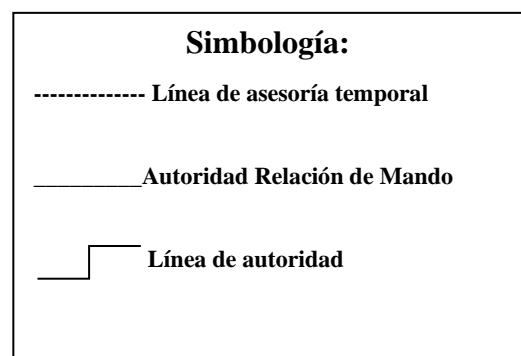
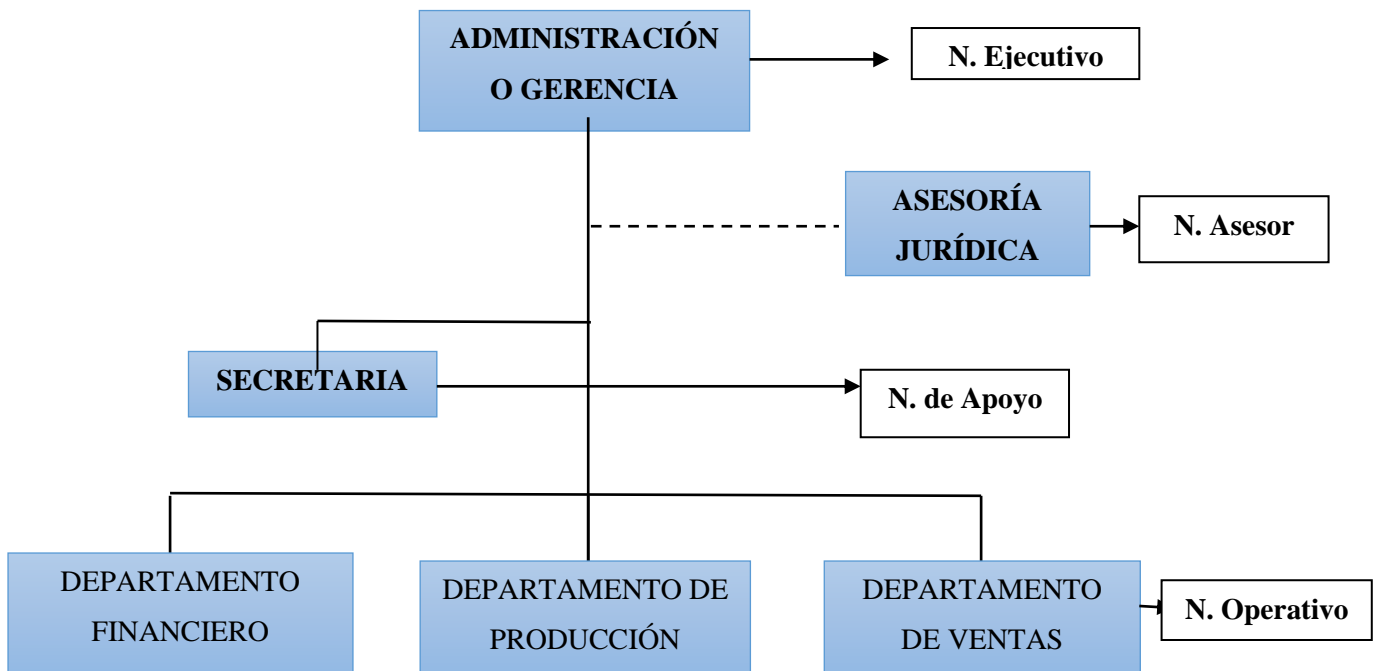
- **Nivel Legislativo:** Socios de la empresa
- **Nivel Ejecutivo:** Lo constituye al gerente encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar la nueva unidad productiva.
- **Nivel Asesor:** Persona contratada temporalmente para según las necesidades de la empresa está representado por Asesor Jurídico (temporal).
- **Nivel de Apoyo:** Este nivel sirve de ayuda a los diferentes niveles administrativos en prestación de servicios con eficiencia y eficacia, está representado por secretaria-contadora.
- **Nivel Operativo:** Son los departamentos que se encargan de el buen funcionamiento de la marcha operativa de la empresa, este encargado por el departamento de producción y ventas.

### 7.2.4.5. Organigramas

- Organigrama Estructural

Figura 34.

Organigrama estructural



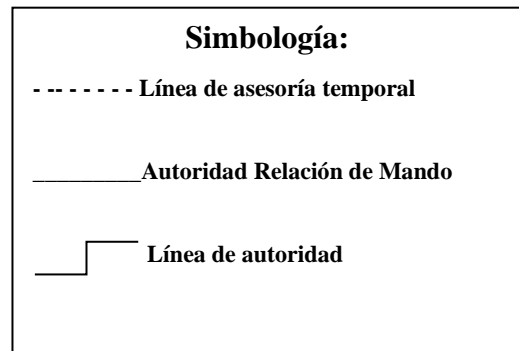
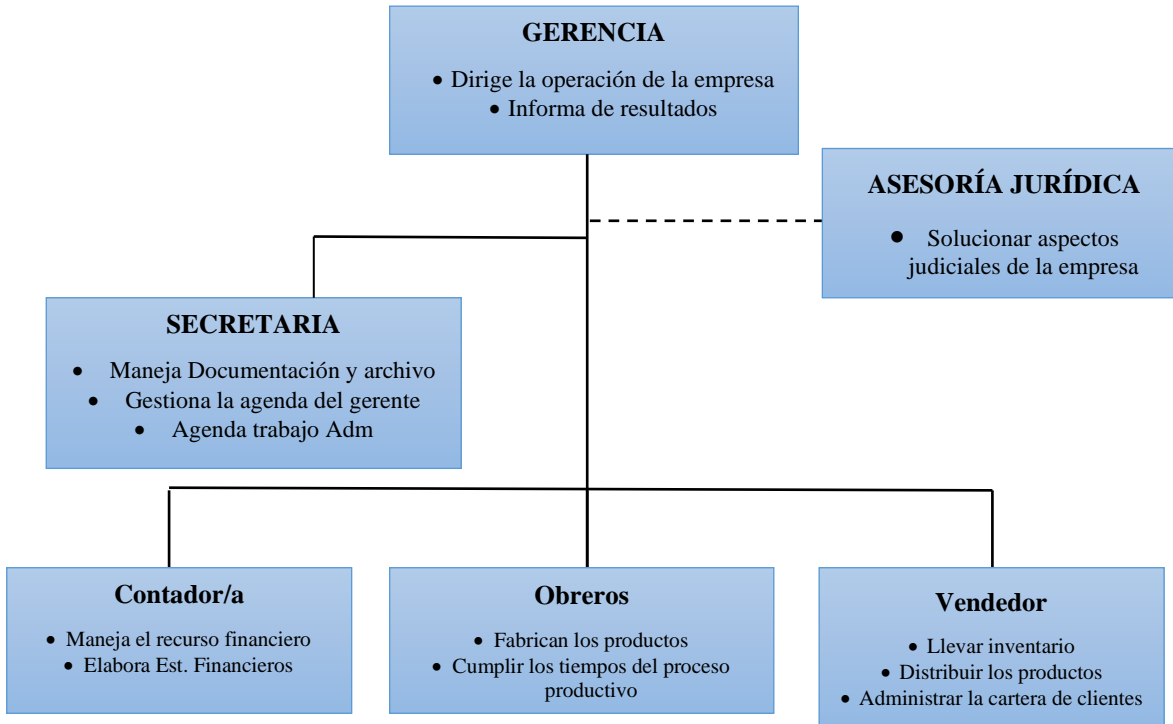
Elaboración: Gilson Alexander Medina



- **Funcional**

**Figura 35.**

*Organigrama Funcional*

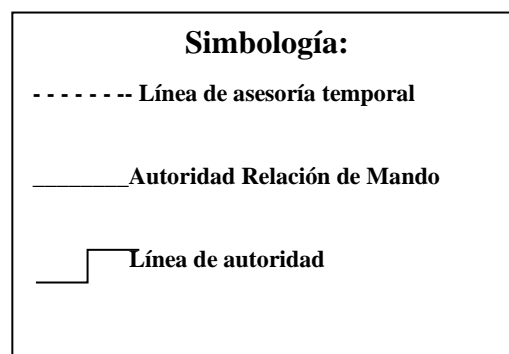
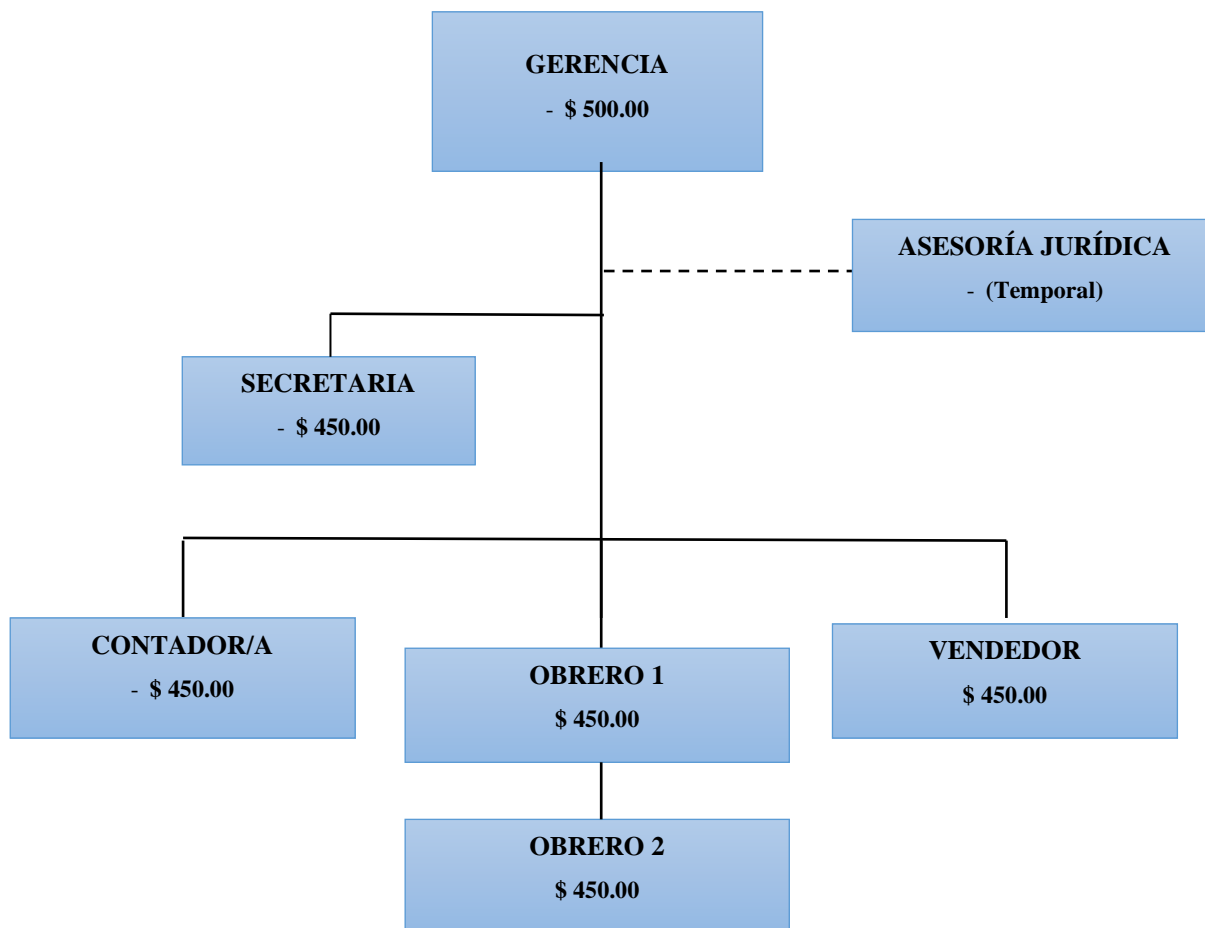


*Elaboración: Gilson Alexander Medina*

- De posición

**Figura 36.**

*Organigrama de posición*



*Elaboración: Gilson Alexander Medina*

### 7.2.4.6. Manual de Funciones


El manual de funciones conforma la estructura administrativa de las obligaciones y funciones que deben cumplir los socios y los miembros que integran la empresa.

Para elaborar el Manual de Funciones, considerar los siguientes puestos:

- **Gerente general**

**Tabla 49.**

*Manual de funciones Gerente General*


	<b>Empresa: "MASCOTIN"</b>
	<b>Código: 001</b>
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>➤ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Título de puesto:</b>	Gerente
<b>Nivel:</b>	Ejecutivo
<b>Supervisa a:</b>	Todo el personal
<b>➤ NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planifica, organiza, controla y dirige todas las actividades que se realizan en la empresa.</li> <li>- Representante legal de la empresa.</li> </ul>	
<b>➤ FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar actos de administración y gestión en la empresa.</li> <li>- Supervisar al personal</li> <li>- Representar a la empresa ante autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en todo el tiempo de vida de la empresa.</li> <li>- Coordinar y controlar las actividades de cada departamento de la empresa.</li> <li>- Informar a todos los niveles jerárquicos sobre la toma de decisiones que se den en la empresa.</li> </ul>	
<b>➤ RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de los planes de la empresa</li> <li>- Responsable de daños y perjuicios que ocasione el incumplimiento de sus obligaciones.</li> <li>- La administración adecuada del capital de la empresa.</li> </ul>	
<b>➤ REQUISITOS DEL PUESTO</b>	
<b>Educación</b>	- Título de Ingeniero en Administración de Empresas.
<b>Experiencia</b>	- Mínimo 1 año de experiencia
<b>Características necesarias</b>	- Líder.
	- Comunicador.
	- Observador.
	- Eficiente.

*Nota. La presente tabla indica requerimientos para el cargo de gerente en empresa.*

- Asesor Jurídico

**Tabla 50.**

*Manual de funciones Asesor Jurídico*

	<b>Empresa: “MASCOTIN”</b>
	<b>Código: 002</b>
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>➤ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Título de puesto:</b>	Asesor Jurídico
<b>Nivel:</b>	Asesor
<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente
<b>➤ NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
- Asesora legalmente al gerente para el desarrollo de actividades de la empresa.	
<b>➤ FUNCIONES</b>	
- Informar al gerente sobre cualquier incumplimiento legal.	
- Brindar asesoría jurídica en las diferentes gestiones de la empresa.	
- Revisar, redactar y negociar todos los contratos comerciales de la empresa.	
- Garantizar el cumplimiento de regulaciones y leyes.	
- Representar a la empresa en asuntos legales de diversa índole ante un tribunal judicial.	
- Asistir a las a las sesiones de la empresa cuando ésta lo solicite.	
<b>➤ RESPONSABILIDADES</b>	
- Responsable de autorizaciones, concesiones administrativas y licencias necesarias para el desarrollo de actividades de la empresa.	
<b>➤ REQUISITOS DEL PUESTO</b>	
<b>Educación</b>	- Título de Abogado
<b>Experiencia</b>	- Dos años ejerciendo la profesión
<b>Características necesarias</b>	- Tolerante
	- Atento
	- Negociador

*Nota. La presente tabla indica las características y requerimientos para el cargo de asesor jurídico en empresa.*

- Secretaria - Contable

**Tabla 51.**

*Manual de funciones de secretaria*


	<b>Empresa: "MASCOTIN"</b>	
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Código: 003</b>
<b>➤ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Título de puesto:</b>	Secretaria/Contadora	
<b>Nivel:</b>	Auxiliar	
<b>Supervisa a:</b>	Asistencia del Personal	
<b>➤ NATURALEZA DEL PUESTO</b>		
- Redacta y digita todo tipo de correspondencia, controla asistencia del personal.		
<b>➤ FUNCIONES</b>		
- Archivar la información proveniente de la gerencia.		
- Apoyar los diferentes niveles de la empresa		
- Llevar la agenda de actividades del gerente.		
<b>➤ RESPONSABILIDADES</b>		
- Cumplimiento de la agenda del gerente.		
- Cumplimiento de los planes de la empresa		
- Responsable de daños, pérdidas o alteraciones en los documentos de la oficina.		
- Llevar el registro del personal.		
<b>➤ REQUISITOS DEL PUESTO</b>		
<b>Educación</b>	- Título en Secretariado Ejecutivo o similares.	
<b>Experiencia</b>	- Dos años en funciones a fines	
	- Haber participado en cursos de relaciones humanas y atención al cliente.	
<b>Características necesarias</b>	- Sociable	
	- Eficiente	
	- Ágil	

*Nota. La presente tabla indica las características y requerimientos para el cargo de secretaria en empresa.*

- **Vendedor**

**Tabla 52.**

*Manual de funciones de vendedor*


	<b>Empresa: "MASCOTIN"</b>	
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Código: 005</b>
<b>➤ DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Título de puesto:</b>	Vendedor/a	
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Supervisa a:</b>	No se aplica.	
<b>➤ NATURALEZA DEL PUESTO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conoce y recopila la información sobre competencia, productos sustitutos, necesidades de los clientes, entre otros.</li> </ul>		
<b>➤ FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporciona al cliente los productos que requieren.</li> <li>- Determinan estrategias para ofertar el producto a los clientes.</li> <li>- Busca nichos de mercado.</li> <li>- Mantiene una buena relación con los clientes.</li> <li>- Informa sobre las ventas realizadas diariamente.</li> <li>- Los demás que determina la ley.</li> </ul>		
<b>➤ RESPONSABILIDADES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega del producto oportunamente.</li> <li>- Abrir mercado.</li> </ul>		
<b>➤ REQUISITOS DEL PUESTO</b>		
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener título de técnico en marketing.</li> </ul>	
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos años en puestos similares o afines.</li> <li>- Haber realizado cursos sobre atención al cliente y de relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Características necesarias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable</li> <li>- Paciente</li> <li>- Prudente</li> <li>- Observador</li> <li>- Honesto.</li> </ul>	

*Nota. La presente tabla indica las características y requerimientos para el cargo de vendedor en empresa.*

- Obrero

**Tabla 53.**

*Manual de funciones de obrero*

	<b>Empresa: "MASCOTIN"</b>	
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Código: 009</b>
<b>➤ DESCRIPCION DEL PUESTO</b>		
<b>Título de puesto:</b>	Obrero	
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Supervisa a:</b>	No se aplica.	
<b>➤ NATURALEZA DEL PUESTO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajar directamente con la maquinaria de la empresa y el embalaje del producto.</li> </ul>		
<b>➤ FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisa y controla la maquinaria.</li> <li>- Interviene en todos los procesos de producción de la cerveza.</li> <li>- Siguen instrucciones del jefe de producción.</li> <li>- Preparan y procesan materias primas, como cereales malteados, lúpulo y levadura.</li> <li>- Manejan ordenadores que controlan la maquinaria de la elaboración de la cerveza.</li> <li>- Embotellan o enlatan el producto.</li> <li>- Las que determine la ley.</li> </ul>		
<b>➤ RESPONSABILIDADES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser una persona práctica.</li> <li>- Conocer los cálculos aritméticos elementales.</li> <li>- Consciente de las cuestiones relacionadas con la seguridad laboral.</li> </ul>		
<b>➤ REQUISITOS DEL PUESTO</b>		
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener título Bachiller</li> </ul>	
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Haber laborado por lo menos un año en actividades similares.</li> </ul>	
<b>Características necesarias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable</li> <li>- Sociable</li> <li>- Carismático</li> <li>- Observador</li> </ul>	

*Nota. La presente tabla indica las características y requerimientos para el cargo de obrero en la empresa.*

### 7.3. Estudio Financiero

#### 7.3.1. Inversiones

Es el capital necesario para el inicio y funcionamiento de la nueva unidad productiva. Para el presente estudio de factibilidad fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con diferentes cotizaciones del mercado nacional.

**Activos:** Son los bienes y derechos que son propiedad de la empresa.

##### 7.3.1.1. Activo fijo

Los activos fijos comprenden las inversiones sujetas a depreciación, se constituyen en propiedad de la empresa, además que son necesarios en el área administrativa, en producción y ventas, y para el presente proyecto los activos se irán detallando de la siguiente manera.

- **Maquinaria y equipo:** Hace referencia a los elementos que permiten producir el bien o generar el servicio en óptimas condiciones. Su costo asciende a 952.00 dólares

**Tabla 54.**

*Maquinaria y Equipo*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Máquina de coser overlock	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Máquina de coser recta	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Plancha industrial	1	\$ 102,00	\$ 102,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 952,00</b>

*Nota. La presente tabla indica la maquinaria y equipo necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo el proceso productivo*

- **Muebles y enseres de administración:** Los valores a invertir en los elementos necesarios para la comodidad del personal y de los demandantes en el cumplimiento de sus actividades. Su costo asciende a 630 dólares

**Tabla 55.**

*Muebles y enseres de administración*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Sillas de oficina ergonómica	2	\$ 105,00	\$210,00
Escritorio	2	\$ 130,00	\$260,00
Muebles de espera	1	\$ 160,00	\$160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$630.00</b>

*Nota. La presente tabla muestra los equipos de oficina necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo el proceso productivo.*

- **Muebles y enseres área de planta:** Se relaciona con los bienes e inmuebles que cuenta empresa, se utilizan en la adecuación del área de administración.

El monto total de rubro para la nueva unidad productiva asciende a \$405.00



**Tabla 56.***Muebles y enseres área de planta*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Sillas de madera	4	\$45,00	\$180,00
Mesa grande de 3 x 1.5 m2 stant	1	\$120,00	\$120,00
	1	\$105,00	\$105,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$405,00</b>

*Nota. La presente tabla muestra los muebles y enseres de planta necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo el proceso productivo*

- **Equipo de oficina:** Al igual que el equipo de cómputo sirve que para que las actividades administrativas se cumplan sin contratiempos. Su costo asciende a \$10.00 dólares

**Tabla 57.***Útiles de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P/unitario</b>	<b>Total</b>
Calculadora CASIO	1	\$ 10.00	\$ 10.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.00</b>

*Nota. La presente tabla muestra los equipos de oficina necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo el proceso productivo*

- **Equipo de computación:** Constituye el equipo informático necesario para que el personal de apoyo administrativo cumpla eficientemente con sus actividades. Su costo asciende a 1.430 dólares.

**Tabla 58.***Equipo de computación*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P/unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora	2	\$ 600.00	\$ 1200.00
Impresora EPSON	1	\$ 110.00	\$ 110.00
Regulador de Voltaje	1	\$ 120.00	\$ 120.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.430.00</b>

*Nota. La presente tabla muestra los equipos de computación necesarios para que la empresa en los departamentos administrativos*

- **Reinversión del equipo de cómputo:** Una vez calculado la depreciación del equipo de cómputo se procedió a realizar la reinversión de estos equipos para los años restantes de vida útil del proyecto.

**Tabla 59.***Reinversión del equipo de computo*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor total</b>
Computadora	2	\$562,00	\$1.124,00
Impresora	1	\$150,84	\$150,84
Regulador de voltaje	1	\$160,00	\$160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.665,82</b>

*Nota. La presente tabla muestra la reinversión de los equipos de computación necesarios para que la empresa en los departamentos administrativos.*

- **Equipo de seguridad:** Son aquellos equipos que protegen a la empresa del riesgo de accidentes o previenen que suceda algo a futuro.

**Tabla 60.***Equipo de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P/unitario</b>	<b>Total</b>
Cámaras	3	\$80.00	\$240.00
Extintores	2	\$15.00	\$30.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$270.00</b>

*Nota. La presente tabla indica los equipos de seguridad necesarios para la prevención de accidentes dentro de la empresa.*

**Resumen de activos fijos**

El valor de los activos fijos que la empresa deberá disponer para el funcionamiento de las mismas es \$3.467.00

**Tabla 61.***Resumen de activos fijos*

<b>DENOMINACION</b>	<b>COSTO</b>
Maquinaria y Equipo	\$952,00
Muebles y Enseres de planta	\$405,00
Muebles y Enseres administrativos	\$630,00
Equipos de Oficina	\$10,00
Equipos de Computo	\$1.430,00
Equipos de Seguridad	\$270,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.697,00</b>

*Nota. La presente tabla indica el resumen de activos fijos y el valor correspondiente que la empresa deberá disponer para que pueda realizar sus actividades.*

**7.3.1.2. 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.

**Tabla 62.***Activos Diferidos*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Estudios Preliminares	\$500.00
Patente	\$200.00
Organización	\$200.00
Adecuar instalaciones	\$500.00
Permiso de funcionamiento	\$150.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1550.00</b>

*Nota. La presente tabla indica los activos fijos necesarios para que la empresa lleve a cabo sus actividades.*

**7.3.1.3. Capital De Trabajo.**

Son recursos que la empresa necesita para realizar sus operaciones con normalidad, entre ellos están la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa e indirecta.

- **Materia Prima Directa:** Es el elemento, material e insumo que se utiliza para la producción de ropa para mascotas caninas pequeñas.

**Tabla 63.***Materia prima Directa*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad/Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P/Unitario</b>	<b>Total</b>	
				<b>Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Tela poliéster	Rollo de 100 Metros	17	\$ 60,00	\$86,67	\$ 1.040,00
tela camiseta	rollo de 100 Metros	9	\$ 65,00	\$51,21	\$ 614,55
<b>TOTAL</b>				<b>\$137.88</b>	<b>\$ 1.654,55</b>

*Nota. La presente tabla indica la materia prima directa necesaria para que la empresa lleve a cabo sus actividades productivas*

- **Materia Prima Indirecta:** Son los demás materiales que complementan al producto de ropa para mascotas caninas.

**Tabla 64.***Materia Prima Indirecta*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad/ Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio/unitario</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Hilo	Metros	95	\$6,00	\$ 47,27	567,27
Etiquetas	Unidad	10400	\$0,03	\$26,00	312,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$73,26</b>	<b>879,27</b>

*Nota. La presente tabla indica la cantidad de materia prima indirecta necesaria para que la empresa complemente sus actividades productivas.*

- **Implementos de producción:** Se trata de los instrumentos necesarios para la producción con el fin de producir bienes materiales.

**Tabla 65.***Implementos de producción*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Sección de diseño</b>			
Cinta métrica	2	\$2,25	\$4,50
Reglas de costura	2	\$10,00	\$20,00
<b>Sección de corte</b>			
Alfileres (1 docena)	1	\$0,50	\$1,00
Tizas de costura (caja x12)	1	\$3,00	\$3,00
Tijeras	2	\$8,00	\$16,00
Agujas de Maquina (CAJA X50)	1	\$24,00	\$24,00
Carretes de costura (CAJA X10)	1	\$11,50	\$11,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$79,5</b>

*Nota. La presente tabla indica los implementos necesarios para la empresa complemente sus actividades productivas.*

- **Mano de Obra Directa.** Es el costo del trabajador de manera directa en el proceso productivo de la producción de las prendas de vestir caninas, desde el momento que entra la materia prima y se transforma en el producto terminado.

**Tabla 66.***Rol de pagos de Mano de Obra Directa*

<b>Nomina</b>	<b>Obreros</b>
Sueldo Básico Unificado	\$450,00
Décimo Tercer Sueldo	\$37,50
Décimo Cuarto Sueldo	\$37,50
Vacaciones	\$18,75
Aportes al IESS 11,15%	\$50,18
Aportes al IECE 0,5%	\$2,25
Fondos de Reserva	\$37,50
<b>Total Mes</b>	<b>\$633,68</b>
<b>Numero de Obreros</b>	<b>2</b>
<b>Total al Mes</b>	<b>1.267,35</b>
<b>Total al Año</b>	<b>\$15.208,20</b>

*Nota. La presente tabla indica la mano de obra directa necesaria para que la empresa realice sus actividades productivas.*

- **Sueldos administrativos:** Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en el área administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar, entre los cuales se contara con un gerente el mismo que tiene un sueldo mensual de \$500.00 y una secretaria-contadora que obtiene un sueldo mensual de \$450.

**Tabla 67.***Sueldos Administrativos*

<b>Nomina</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria/Contadora</b>
Sueldo Básico Unificado	500,00	450,00
Décimo Tercer Sueldo	41,67	37,50
Décimo Cuarto Sueldo	37,50	37,50
Vacaciones	20,83	18,75
Aportes al IESS 11,15%	55,75	50,18
Aportes al IECE 0,5%	2,50	2,25
Fondos de Reserva	41,67	37,50
<b>Total Mes</b>	<b>699,92</b>	<b>633,68</b>
<b>Total al Año</b>	<b>8.399,00</b>	<b>7.604,10</b>
<b>Total Nomina</b>	<b>16003,100</b>	

*Nota. La presente tabla indica la proyección de sueldos administrativos para 5 años*

- **Servicios básicos:** Lo constituyen todos los recursos básicos e indispensables para el buen funcionamiento de la empresa interviene directamente en proceso de producción de la ropa para mascotas caninas como: agua potable, energía eléctrica, entre otros, etc.

**Tabla 68.***Servicios Básicos*

<b>Denominación</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Energía eléctrica	Kw/h	250	\$0,15	\$37,50
Agua potable	m3	150	\$0,10	\$15,00
Servicio Telefonía	minutos	100	\$0,12	\$12,00
Servicio internet	Mbps	100	\$0,25	\$25,00
<b>Total mensual</b>				<b>\$89,50</b>
<b>Total anual</b>				<b>\$1.074,00</b>

*Nota. La presente tabla indica presupuesto de servicios básicos administrativos necesarios para que la empresa realice sus actividades productivas*

- **Suministros de oficina:** Se refiere a los costos de los materiales necesarios para el funcionamiento administrativo de la nueva unidad productiva.

**Tabla 69.***Suministros de oficina*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Precio unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
	Resma x					
Resmas Papel Boom	500	1	\$3,25	\$3,25	1	\$3,25
Selladores	Unidad	1	\$4,50	\$4,50	1	\$4,50
Esferos	Unidad	9	\$0,25	\$2,25	3	\$0,75
Cuadernos	Unidad	3	\$1,50	\$4,50	6	\$9,00
Tinta de impresora						
(4 colores)	Pack x 4	1	\$25,00	\$25,00	3	\$75,00
Corrector	Unidad	3	\$0,40	\$1,20	3	\$1,20
Archivadores	Unidad	2	\$3,00	\$6,00	3	\$9,00
Grapadora	Unidad	2	\$2,00	\$4,00	2	\$4,00
Perforadora	Unidad	2	\$3,50	\$7,00	2	\$7,00
Sacagrapas	Unidad	2	\$0,25	\$0,50	2	\$0,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$58,20</b>		<b>\$114,2</b>

*Nota. La presente tabla indica presupuesto de los suministros de oficina necesarios para que la empresa realice sus actividades.*

- **Suministro de Aseo:** Constituyen los elementos necesarios para mantener el local en las condiciones higiénicas adecuadas para salvaguardar la salud de los empleados y clientes.

**Tabla 70.***Útiles de aseo*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Precio unitario	Cantidad anual	Total anual
Escobas	Unidad	1	\$2,00	2	\$4,00
Trapeadores	Unidad	1	\$2,50	2	\$5,00
Franelas	Unidad	2	\$1,00	4	\$4,00
Alcohol Antiséptico	Litros	1	\$4,00	4	\$16,00
Desinfectante de pisos	Litros	1	\$5,00	6	\$30,00
Fundas para desechos	Unidad	10	\$0,10	20	\$2,00
Jabón líquido	Litros	2	\$4,00	6	\$24,00
Papel higiénico	paquete	5	\$7,50	10	\$15,00
Lavador de inodoros	Unidad	1	\$1,50	4	\$6,00
Tachos de basura	Unidad	7	\$17,50	7	\$17,50
Dispensadores de papel	Unidad	1	\$10,00	1	\$10,00
Dispensadores de jabón	Unidad	1	\$10,00	1	\$10,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$143,50</b>

*Nota. La presente tabla indica presupuesto de los útiles de aseo de planta.*

- **Publicidad:** La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar.

**Tabla 71.**

*Publicidad*

Descripción	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo anual
Llaveros	Unidad	\$0,50	6	72	\$36,00
collares	Unidad	\$1,00	5	60	\$60,00
Publicidad en redes sociales	Unidad	\$20,00	1	12	\$240,00
Tarjetas de presentación	Pack x 1000	\$15,00	1	6	\$90,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$426,00</b>

*Nota. La presente tabla indica presupuesto de publicidad necesarias para que la empresa realice sus actividades promocionales.*

- **Arriendo:** Son aquellos gastos que se tiene que destinar al pago de las instalaciones donde funcionara la empresa.

**Tabla 72.**

*Arriendo*

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Arriendo	1	\$300.00	\$300,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$300,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$3600.00</b>

*Nota. La presente tabla indica presupuesto de arriendo necesarias para que la empresa realice sus actividades.*

***Resumen del presupuesto de capital de trabajo***

El capital de trabajo que la empresa deberá disponer para desarrollar sus actividades asciende a \$3.445,29 dólares

**Tabla 73.**

*Resumen de capital de trabajo*

DETALLE	VALOR
Materia prima directa	\$144,56
Materiales Indirectos	\$94,73
Mano de Obra Directa	\$1.399,83
Sueldos de Administración	\$1.797,28
implementos de producción	\$79,50
Servicios Básicos	\$89,50
Suministros de oficina	\$58,20

Útiles de Aseo	\$71,00
Publicidad	42,50
Arriendo	300,00
<b>TOTAL AL MES</b>	<b>3.445,29</b>

*Nota. La presente tabla indica el resumen de capital de trabajo y el valor correspondiente que la empresa deberá disponer para que pueda realizar sus actividades.*

### 7.3.2. Resumen de la inversión del proyecto

Se realiza un resumen de toda la inversión para el desarrollo del proyecto, siendo una inversión total de \$8.692,29

#### Tabla 74.

*Resumen de la inversión del proyecto*

DETALLE	VALOR
Activo Fijo	\$3.697,00
Activo Diferido	\$1.550,00
Capital de Trabajo	\$3.445,29
<b>TOTAL</b>	<b>\$8.692,29</b>

*Nota. La presente tabla muestra el valor total de la inversión necesaria para que la empresa inicie sus actividades.*

#### 7.3.2.1. Financiamiento

Una vez conocido el monto de la inversión será financiado de la siguiente manera: \$ 6.000,00 dólares serán provenientes de una fuente externa en este caso será de la institución financiera BanEcuador a una tasa de interés del 12% pagada trimestralmente durante cinco años del proyecto y los \$ 2.692.19 dólares restantes serán financiados por capital propio.

#### Tabla 75.

*Financiamiento de la inversión*

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION		
DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Capital propio	2692,29	31%
Capital externo	6000	69%
<b>Total</b>	<b>8692,29</b>	<b>100,00%</b>

*Nota. La presente tabla se muestra la división del capital para su respectivo financiamiento.*



### **Amortización del Préstamo**

La amortización se realizó de la siguiente manera: \$ 6.000 dólares se dividió 20 trimestres que tiene 5 años de vida útil del proyecto, y se obtuvo la amortización de \$ 300.00 dólares.

#### **Tabla 76.**

##### *Datos de Préstamo*

<b>Capital</b>	6000
<b>Interés</b>	12%
<b>Plazo</b>	5
<b>trimestre</b>	20
<b>Interés Trimestral</b>	0,0300

*Nota. La presente tabla indica los datos a utilizar para la amortización del préstamo*

**Tabla 77.***Amortización del Préstamo*

Años	Trimestre	Capital Amortizado	Capital anual	Interés	Interés anual	Dividendo	Dividendo anual	Anual
	0							\$6.000,00
1	1	300		\$180,00		\$ 480,00		\$5.700,00
	2	300	1200	\$171,00	666	\$ 471,00	1866	\$5.400,00
	3	300		\$162,00		\$ 462,00		\$5.100,00
	4	300		\$153,00		\$ 453,00		\$4.800,00
2	5	300		\$144,00		\$444,00		\$4.500,00
	6	300	1200	\$135,00	522	\$435,00	1722	\$4.200,00
	7	300		\$126,00		\$426,00		\$3.900,00
	8	300		\$117,00		\$417,00		\$3.600,00
3	9	300		\$108,00		\$408,00		\$3.300,00
	10	300	1200	\$99,00	378	\$399,00	1578	\$3.000,00
	11	300		\$90,00		\$390,00		\$2.700,00
	12	300		\$81,00		\$381,00		\$2.400,00
4	13	300		\$72,00		\$372,00		\$2.100,00
	14	300	1200	\$63,00	234	\$363,00	1434	\$1.800,00
	15	300		\$54,00		\$354,00		\$1.500,00
	16	300		\$45,00		\$345,00		\$1.200,00
5	17	300		\$36,00		\$336,00		\$900,00
	18	300	1200	\$27,00	90	\$327,00	1290	\$600,00
	19	300		\$18,00		\$318,00		\$300,00
	20	300		\$9,00		\$309,00		\$ -

*Nota. La presente tabla muestra la amortización de crédito*

**Tabla 78.***Resumen de Gastos Financieros*

<b>DESCRIPCION</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Intereses</b>	\$666,00	\$522,00	\$378,00	\$234,00	\$90,00	<b>\$1.890,00</b>

*Nota. La presente tabla muestra el resumen de gastos financieros*

**Depreciación de activos fijos**

La depreciación es una disminución de valor de los activos fijos, debido al tiempo y su utilización en la empresa. El monto de las depreciaciones anuales asciende a \$521,78 y con una unidad residual de \$703,37.

**Tabla 79.***Depreciación de Activo Fijos*

<b>Denominación</b>	<b>Valor</b>	<b>Vida útil</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Valor residual</b>
Maquinaria y Equipo	\$952,00	10	10%	\$85,68	\$95,20
Muebles y Enseres de planta	\$405,00	10	10%	\$36,45	\$40,50
Muebles y Enseres administrativos	\$630,00	10	10%	\$56,70	\$63,00
<b>Total depreciación Activos fijos</b>				<b>\$178,83</b>	<b>\$198,70</b>
<b>Depreciación de costos operativos</b>					
Equipos de Oficina	\$10,00	10	10%	\$0,90	\$1,00
Equipos de Computo	\$1.430,00	3	33%	\$317,75	\$476,67
Equipos de Seguridad	\$270,00	10	10%	\$24,30	\$27,00
<b>Total depreciación Costos operativos</b>				<b>\$342,95</b>	<b>\$504,67</b>
<b>Total de depreciaciones</b>				<b>\$521,78</b>	<b>\$703,37</b>

*Nota. La presente tabla muestra las depreciaciones del activo fijo*

**Amortización de activos diferidos**

Para calcular la amortización, se divide el total de activos diferidos para 5 años que es el valor que establece la ley.

**Tabla 80.***Amortización de activos diferidos*

<b>DESCRIPCION</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Vida útil</b>	<b>AMORTIZACION</b>
Activos Diferidos	\$1.550,00	5	310

*Nota. La presente tabla muestra la amortización de activos diferidos*

### **Promedio del incremento porcentual**

Para la proyección de los sueldos se utiliza el promedio del incremento porcentual de los sueldos calculando de la siguiente manera: de acuerdo a los sueldos decretados por el ministerio de trabajo desde el año 2018 hasta el 2023, el sueldo del año 2019 se le resta el sueldo del año 2018 y el resultado se lo divide para el año 2019 y después se multiplica por 100, el mismo procedimiento se lo realiza hasta el año 2022. Luego se suman los porcentajes y se divide para los años que tienen porcentaje, es decir para 6.

**Tabla 81.**

*Proyección de sueldos*

<b>TASA DE INFLACIÓN DE SUELDO</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>%</b>
2018	\$386.00	3%
2019	\$394.00	2%
2020	\$400.00	2%
2021	\$400.00	0%
2022	\$425.00	6%
2023	\$450.00	5,6%
<b>TOTAL</b>		<b>18%</b>
<b>INCREMENTO SALARIAL</b>		<b>3%</b>

*Nota. La presente tabla indica la tasa de inflación de sueldo*

#### **7.3.2.2. Estructura de costos y presupuestos de ingresos**

##### **Presupuesto de costo total de producción**

Constituye la sumatoria de todos los costos que serán desembolsados durante el ejercicio económico; estos costos componen uno de los aspectos más significativos, para determinar la rentabilidad del proyecto y los elementos necesarios para el correspondiente análisis, proyectando la situación contable para los 5 años de vida útil del proyecto, es por ello que para la proyección del presupuesto de capital de trabajo para los sueldos se aplicó el porcentaje de 3,21% este porcentaje se obtuvo de la sumatoria de la tasa de inflación del año 2022.

**Tabla 82.***Presupuesto de costo total de operaciones*

<b>PRESUPUESTO DE COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO PRIMO</b>					
Materia prima Directa	\$1.654,55	\$1.707,66	\$1.762,47	\$1.819,05	\$1.877,44
Mano de Obra Directa	\$15.208,20	\$15.663,64	\$16.132,73	\$16.615,86	\$17.113,46
<b>Total Costo Primo</b>	<b>\$16.862,75</b>	<b>\$17.371,30</b>	<b>\$17.895,20</b>	<b>\$18.434,91</b>	<b>\$18.990,90</b>
<b>1.2.-Gastos Indirectos de Fabricación</b>					
Materiales indirectos	\$879,27	\$907,50	\$936,63	\$966,69	\$997,72
Mano de Obra Indirecta					
Implementos de producción	\$157,00	\$162,04	\$167,24	\$172,61	\$178,15
Depreciación Maquinaria y equipo	\$85,68	\$85,68	\$85,68	\$85,68	\$85,68
Depreciación Muebles y Enseres Planta	\$36,45	\$36,45	\$36,45	\$36,45	\$36,45
<b>Total, gastos Indirectos de Fabricación</b>	<b>\$1.158,40</b>	<b>\$1.191,67</b>	<b>\$1.226,00</b>	<b>\$1.261,43</b>	<b>\$1.298,01</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$18.021,15</b>	<b>\$18.562,97</b>	<b>\$19.121,20</b>	<b>\$19.696,34</b>	<b>\$20.288,90</b>
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>					
<b>2.-Gastos administrativos</b>					
Sueldos Administrativos	\$16.003,10	\$16.482,35	\$16.975,95	\$17.484,33	\$18.007,94
Servicios Básicos	\$1.074,00	\$1.108,48	\$1.144,06	\$1.180,78	\$1.218,68
Útiles de Aseo	\$143,50	\$148,11	\$152,86	\$157,77	\$162,83
Suministros de Oficina	\$114,20	\$117,87	\$121,65	\$125,55	\$129,58
Equipo de seguridad	\$270,00	\$278,67	\$287,61	\$296,84	\$306,37
Arriendo	\$3.600,00	\$3.715,56	\$3.834,83	\$3.957,93	\$4.084,98
Depreciación Muebles y Enseres administración	\$56,70	\$56,70	\$56,70	\$56,70	\$56,70
Depreciación Equipo de Computo	\$317,79	\$317,79	\$317,79	\$370,20	\$370,20
Depreciación Equipo de Seguridad	\$24,30	\$24,30	\$24,30	\$24,30	\$24,30

Depreciación Equipo de Oficina	\$0,90	\$0,90	\$0,90	\$0,90	\$0,90
Amortización Activo Diferido	\$310,00	\$310,00	\$310,00	\$310,00	\$310,00
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>\$21.914,49</b>	<b>\$22.560,72</b>	<b>\$23.226,65</b>	<b>\$23.965,31</b>	<b>\$24.672,50</b>
<b>3.- Gastos de ventas</b>					
Publicidad	\$426,00	\$439,67	\$453,79	\$468,35	\$483,39
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>\$426,00</b>	<b>\$439,67</b>	<b>\$453,79</b>	<b>\$468,35</b>	<b>\$483,39</b>
<b>4.- Gastos Financieros</b>					
Interés	\$666,00	\$522,00	\$378,00	\$234,00	\$90,00
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$666,00</b>	<b>\$522,00</b>	<b>\$378,00</b>	<b>\$234,00</b>	<b>\$90,00</b>
<b>TOTAL COSTO OPERACIONAL</b>	<b>\$23.006,49</b>	<b>\$23.522,39</b>	<b>\$24.058,44</b>	<b>\$24.667,67</b>	<b>\$25.245,88</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$41.027,64</b>	<b>\$42.085,36</b>	<b>\$43.179,64</b>	<b>\$44.364,01</b>	<b>\$45.534,79</b>

*Nota. La presente tabla muestra el presupuesto de costo total de operación.*

### 7.3.2.3. Costo unitario de producción

Para obtener el costo unitario de producción se consideró presupuesto del costo total y las unidades de producción para así obtener el costo exacto de cada una de las prendas de vestir para mascotas.

**Tabla 83.**

*Costo Unitario De Producción*

AÑOS	COSTO TOTAL	UNIDADES DE PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	\$41.027,64	10.400	3,94
2	\$42.085,36	10.400	4,05
3	\$43.179,64	10.400	4,15
4	\$44.364,01	10.400	4,27
5	\$45.534,79	10.400	4,38

*Nota. La presente tabla indica el costo unitario de producción de las prendas de vestir para mascotas caninas para los 5 años de vida útil del proyecto.*

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\text{Costos total}}{\text{Unidades Producidas al año}}$$

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\$41.027,64}{10.400} = \$3.94 \text{ dólares}$$

El mismo procedimiento se lo realizo para calcular el costo unitario para los próximos años de vida del proyecto. El costo unitario en los años siguientes va a ir incrementando porque la empresa va a ofrecer durante su vida del proyecto solo 10.400 prendas de vestir cada año.

### 7.3.2.4. Precio unitario de venta

Para el desarrollo del precio de venta al público, se consideró el costo unitario y el porcentaje de utilidad que es de 27% y la información del estudio de mercado que indica que los demandantes pagan un precio promedio de 1 a 10 dólares por cada prenda de vestir canina que se expende en el mercado. Por lo tanto, el margen de utilidad se tomará en consideración el precio de competencia.

**Tabla 84.***Precio de Venta al Publico*

<b>Años</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen de Utilidad</b>	<b>Precio de Venta al Publico</b>
1	3,94	27%	5,00
2	4,05	24%	5,00
3	4,15	21%	5,00
4	4,27	17%	5,00
5	4,38	14%	5,00

*Nota. La presente tabla muestra el precio de venta al público para los 5 años de vida útil del proyecto.*

**Cálculo matemático**

$$\text{Precio de Venta al Publico} = CU + MU$$

$$P.V.P = 3,94 + 1,06$$

$$P.V.P = \$ 5.00$$

Para determinar el precio de venta al público, se basó en tres aspectos:

- La demanda de las prendas de vestir caninas
- El nivel de producción anual
- Precio en relación a la competencia

**Presupuesto de Ingresos**

Se determina por medio de las unidades de vender multiplicadas por el precio de venta, como se muestra a continuación.

**Tabla 85.***Presupuesto de Ingresos*

<b>Años</b>	<b>Precio de Venta al Publico</b>	<b>Unidades Producidas</b>	<b>Total</b>
1	5,00	10400	\$52.000,00
2	5,00	10400	\$52.000,00
3	5,00	10400	\$52.000,00
4	5,00	10400	\$52.000,00
5	5,00	10400	\$52.000,00

*Nota. La presente tabla indica el total de ingresos para los 5 años de vida útil del proyecto*



#### **7.3.2.5. Clasificación de costos**

Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario clasificar los costos en fijos y variables, de acuerdo con la capacidad de producción.

**Costos Fijos:** Comprenden todos los costos que se mantienen constantes durante un tiempo determinado, sin afectar el volumen de producción, es decir, que el costo es independiente al nivel de producción.

**Costos Variables:** Son todos los costos que la empresa realiza dependiendo como disminuya o incremente el nivel de producción, es decir, este costo varía dependiendo de la capacidad de producción.

**Tabla 86.***Clasificación de Costos*

Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Materia prima Directa		\$1.655		\$1.708		\$1.762		\$1.819		\$1.877
Mano de Obra Directa		\$15.208		\$15.664		\$16.133		\$16.616		\$17.113
Materiales indirectos		\$879		\$907		\$937		\$967		\$998
Implemento de producción		\$157.00		\$162,00		\$167.00		\$173.00		\$178.00
Depreciación Maquinaria y equipo	\$85.68		\$85.68		\$85.68		\$85.68		\$85.68	
Depreciación Muebles y Enseres Planta	\$36.45		\$36.45		\$36.45		\$36.45		\$36.45	
Sueldos Admirativos	\$16.003		\$16.482		\$16.976		\$17.484		\$18.008	
Servicios Básicos	\$1.074		\$1.108		\$1.144		\$1.181,00		\$1.219,00	
Útiles de Aseo	\$143.50		\$148.00		\$153.00		\$158.00		\$163.00	
Suministros de Oficina	\$114.20		\$118.00		\$122.00		\$126.00		\$130.00	
Arriendo	\$3.600		\$3.716		\$3.835		\$3.958,00		\$4.085,00	
Depreciación Muebles y Enseres	\$57.00		\$57.00		\$57.00		\$57.00		\$57.00	
Depreciación Equipo de Computo	\$318.00		\$318.00		\$318.00		\$370.00		\$370.00	
Depreciación Equipo de Seguridad	\$24.00		\$24.00		\$24.00		\$24.00		\$24.00	
Depreciación Equipo de Oficina	\$1.00		\$1.00		\$1.00		\$1.00		\$1.00	
Amortización Activo Diferido	\$310.00		\$310.00		\$310		\$310		\$310	
Publicidad	\$426		\$440		\$454		\$468		\$483	
Interés	\$666.00		\$522.00		\$378		\$234		\$90	
<b>Total costos</b>	\$22.859	\$17.899	\$23.366	\$18.441	\$23.893	\$18.999	\$24.493	\$19.574	\$25.062	\$20.167
<b>Costo total operación</b>	\$40.758		\$41.807		\$42.892		\$44.067		\$45.228	

*Nota. La presente tabla indica la clasificación de los costos fijos y variables para los 5 años de vida útil del proyecto*

### 7.3.2.6. Punto de Equilibrio

Para conocer el punto de equilibrio se lo realiza en forma matemática y se realizó los cálculos: según la capacidad y según los ingresos; así mismo se lo realiza en forma gráfica para los años 1, 3 y 5 de la vida del proyecto

A continuación, se muestran los cálculos correspondientes.

#### AÑO 1

##### Punto de equilibrio año 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} * 100$$

$$PE = \frac{\$22.858,62}{\$52.000,00 - \$17899,02} * 100$$

$$PE = 67.03\%$$

##### Punto de equilibrio según ingresos

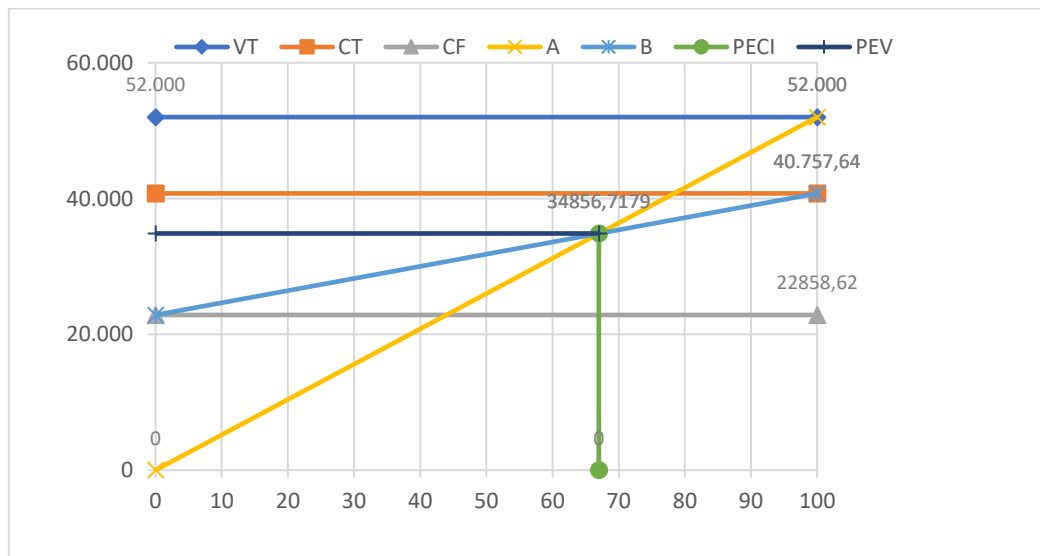
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{costo variable}}{\text{ingresos}}}$$

$$PE = \frac{\$ 22.858,62}{1 - \frac{\$17.899,02}{\$52.000,00}}$$

$$PE = 34.856,72$$

Figura 37.

Punto de Equilibrio del Año 1



Nota. La presente figura muestra el punto de equilibrio del año 1.

### AÑO 3

#### Punto de equilibrio año 3

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} * 100$$

$$PE = \frac{\$23.892,96}{\$52.000,00 - \$18.899,07} * 100$$

$$PE = \frac{\$23.892,96}{33.000,93} * 100$$

$$PE = 72,40\%$$

#### Punto de equilibrio según ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{costo variable}}{\text{ingresos}}}$$

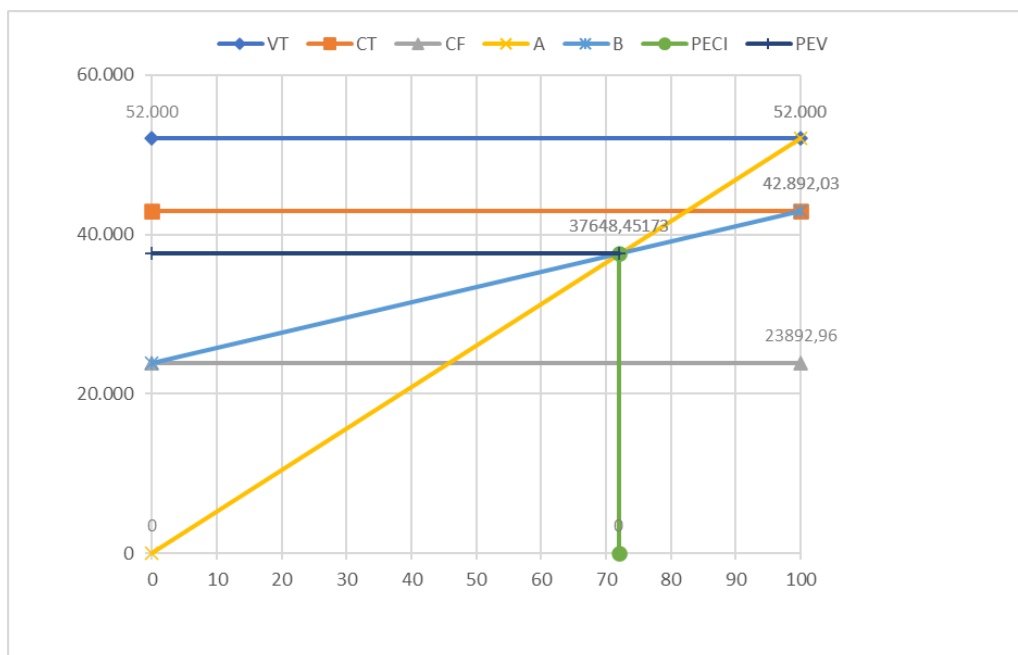
$$PE = \frac{\$23.892,96}{1 - \frac{\$18.999,07}{\$52.000,00}}$$

$$PE = \frac{\$23.892,96}{0.634633289}$$

$$PE = 37.648,45$$

**Figura 38.**

#### Punto de Equilibrio del Año 3



Nota. La presente figura muestra el punto de equilibrio del año 3.

## AÑO 5

### Punto de equilibrio año 5

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} * 100$$

$$PE = \frac{\$25.061,64}{\$52.000,00 - \$20.166,77} * 100$$

$$PE = \frac{\$25.061,64}{\$31.833,23} * 100$$

$$PE = 78.73\%$$

### Punto de equilibrio según ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{costo variable}}{\text{ingresos}}}$$

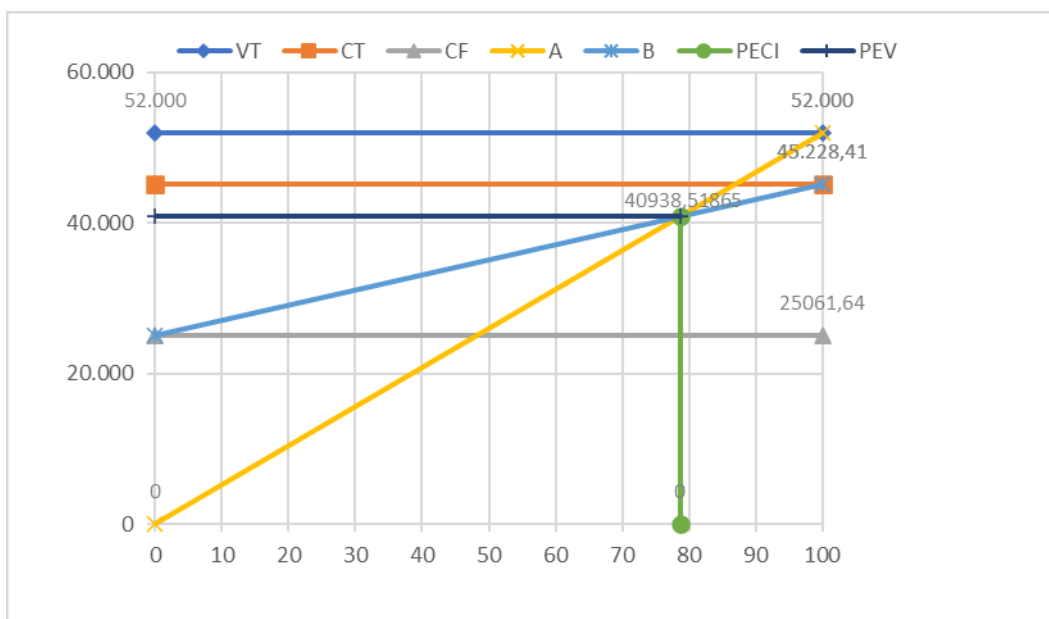
$$PE = \frac{\$ 25.061,64}{1 - \frac{\$20.166,77}{\$52.000,00}}$$

$$PE = \frac{\$ 25061,64}{0.612177451}$$

$$PE = 40.938,52$$

**Figura 39.**

*Punto de Equilibrio del Año 5*



*Nota. La presente figura muestra el punto de equilibrio del año 3.*

### **7.3.2.7. Estados Financieros**

Es el proyecto se incluye los siguientes estados financieros proyectados: el balance de situación financiera y el estado de flujos de caja y efectivo.

#### **Balance de resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias determina la situación de la empresa, cuya finalidad es registrar la pérdida o utilidad de la empresa, mediante la resta que se hace de los ingresos menos todos los egresos operativos y no operativos como la utilidad a los trabajadores, el impuesto a la renta y reservas.

A continuación, se detalla el estado de pérdidas y ganancias de la empresa “MASCOTIN”.

**Tabla 87.***Estado de Pérdidas o Ganancias*

<b>Estado de Perdidas o Ganancias</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos (ventas)	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000
(-) Costo de producción	\$18.021	\$18.563	\$19.121	\$19.696	\$20.289
<b>(=) Utilidad bruta en Ventas</b>	<b>\$33.979</b>	<b>\$33.437</b>	<b>\$32.879</b>	<b>\$32.304</b>	<b>\$31.711</b>
(-) Costos Operativos	\$23.006	\$23.522	\$24.058	\$24.668	\$25.246
<b>(=) Utilidad Operativa</b>	<b>\$10.972</b>	<b>\$9.915</b>	<b>\$8.820</b>	<b>\$7.636</b>	<b>\$6.465</b>
(-) Gastos Financieros	\$666	\$522	\$378	\$234	\$90
<b>(=) Utilidad de Participación e impuestos</b>	<b>\$10.306</b>	<b>\$9.393</b>	<b>\$8.442</b>	<b>\$7.402</b>	<b>\$6.375</b>
(-) 15% Utilidad a trabajadores	\$1.546	\$1.487	\$1.323	\$1.145	\$970
<b>(=) Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$8.760</b>	<b>\$7.905</b>	<b>\$7.119</b>	<b>\$6.257</b>	<b>\$5.405</b>
(-) Impuesto a la fracción básica	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
(-) Porcentaje tipo marginal	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>(=) Utilidad Antes de Reserva</b>	<b>\$8.700</b>	<b>\$7.845</b>	<b>\$7.059</b>	<b>\$6.197</b>	<b>\$5.345</b>
(-) 10% Reserva Legal	\$870	\$785	\$706	\$620	\$535
<b>Utilidad líquida</b>	<b>\$7.830</b>	<b>\$7.061</b>	<b>\$6.353</b>	<b>\$5.577</b>	<b>\$4.811</b>

*Nota. La presente tabla indica el balance de resultados o estado de perdidas o ganancias para los 5 años de vida útil del proyecto.*

### ***Estado de 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, es un indicador que la empresa utiliza para medir los ingresos y egresos que realiza en un determinado tiempo.

A continuación, se presenta el flujo de caja de la empresa “MASCOTIN”.



**Tabla 88.***Flujo de Caja Proyectado*

<b>Entradas de efectivo</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Recurso Financiero	\$6.000					
Capital propio	\$2.692					
Ingreso por venta		\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000
Valor residual				\$477		\$2.172
<b>Total de entradas de efectivo</b>	<b>\$8.692</b>	<b>\$52.000</b>	<b>\$52.000</b>	<b>\$52.477</b>	<b>\$52.000</b>	<b>\$54.172</b>
<b>Salidas de efectivo</b>						
Activo Fijo	\$3.697					
Gastos preoperacionales (Diferido)	\$1.550					
Capital de Trabajo	\$3.445					
Costo de producción		\$18.021	\$18.563	\$19.121	\$19.696	\$20.289
Costo de Operación		\$23.006	\$23.522	\$24.058	\$24.668	\$25.246
Pago préstamo		\$4.800	\$3.600	\$2.400	\$1.200	\$0
Reposición del equipo de computo					\$1.666	
Participación de utilidades		\$1.546	\$1.487	\$1.323	\$1.145	\$970
Impuesto a la fracción básica		\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
Porcentaje tipo marginal		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total de salidas de efectivo</b>	<b>\$8.692</b>	<b>\$47.434</b>	<b>\$47.233</b>	<b>\$46.963</b>	<b>\$48.435</b>	<b>\$46.565</b>
<b>Entradas menos salidas</b>		<b>\$4.566</b>	<b>\$4.767</b>	<b>\$5.514</b>	<b>\$3.565</b>	<b>\$7.608</b>
Depreciación		\$465	\$465	\$465	\$465	\$465
Amortización de diferido		\$310	\$310	\$310	\$310	\$310
Reserva legal		\$870	\$785	\$706	\$620	\$535
<b>Flujo neto de caja</b>		<b>\$6.212</b>	<b>\$6.327</b>	<b>\$6.995</b>	<b>\$4.960</b>	<b>\$8.917</b>

*Nota. La presente tabla indica el flujo de caja para los 5 años de vida útil del proyecto.*

#### 7.4. Evaluación Financiera

La evaluación financiera es la parte más importante para determinar si el proyecto es factible o no. Para realizar la evaluación financiera se toma en cuenta los siguientes indicadores económicos:

- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno
- Periodo de recuperación de capital (PRC)
- Análisis de sensibilidad (AS)

##### 7.4.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento

Representa la mínima tasa de beneficio que el inversionista espera obtener de acuerdo al riesgo de la inversión y el costo de oportunidad.

$$PE = \text{índice de inflación} + \text{Premio al Riesgo}$$

**Tabla 89.**

*Porcentaje de índice inflación anual*

AÑO	PORCENTAJE DE ÍNDICE INFLACIONARIO
2018	-0,22%
2019	0,27%
2020	-0,34%
2021	0,13%
2022	3,21%
<b>TOTAL</b>	<b>3,05%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1%</b>

*Nota. La presente tabla muestra el porcentaje de índice inflacionario de años anteriores*

$$TMAR = 1\% + 12\%$$

$$TMAR = 13\%$$

##### 7.4.2. Valor Actual Neto

Es un indicador que representa el valor de los beneficios de la empresa en un tiempo determinado además permite aceptar o rechazar el proyecto. Para calcular el Van se requiere del factor actualizado que se lo realiza de la siguiente manera:

$$\text{Factor Actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

**Tabla 90.***Valor Actual Neto*

<b>Valor actual neto</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Factor actualización</b>	<b>Valor actualizado</b>
<b>0</b>		13,00%	
<b>1</b>	6211,52	0,88496	\$5.496,92
<b>2</b>	6327,06	0,78315	\$4.955,02
<b>3</b>	6994,93	0,69305	\$4.847,84
<b>4</b>	4959,51	0,61332	\$3.041,76
<b>5</b>	8917,36	0,54276	\$4.839,98
<b>Total</b>			\$23.181,52
	<b>(-)</b>	<b>Inversión</b>	\$8.692,29
<b>Valor actual neto</b>			\$14.489,23

*Nota. La presente tabla indica el valor actual neto*

### **Descripción**

Para conocer el valor del VAN se resta la sumatoria de los flujos actualizados menos la inversión del proyecto ( $\$23.181,52 - \$8.692,29 = \$14.489,23$ ).

Se concluye que el Van del proyecto es de \$14.489,23 dólares, el cual es un valor positivo o mayor a cero, lo que representa que el valor es aceptable.

#### **7.4.3. Tasa interna de retorno**

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.

**Tabla 91.***Tasa interna de retorno*

Años	Flujo de caja	Factor de actualización tasa menor	Valor actualizado	Factor de actualización tasa mayor	Valor actualizado
0	-8.692,29	68%	-8.692,29	69%	-8.692,29
1	6.211,52	0,60	3.697,33	0,59	3.675,46
2	6.327,06	0,35	2.241,73	0,35	2.215,28
3	6.994,93	0,21	1.475,22	0,21	1.449,18
4	4.959,51	0,13	622,59	0,12	607,98
5	8.917,36	0,07	666,33	0,07	646,85
		<b>Van menor</b>	<b>10,91</b>	<b>Van mayor</b>	<b>-97,54</b>

*Nota. La presente tabla indica la tasa interna de retorno.*

Para calcular la tasa Interna de Retorno se aplicó la fórmula que se describe a continuación:

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$TIR = 68 + 1 \left( \frac{10.91}{10.91 - (-97.54)} \right)$$

$$TIR = 68 + 1 \left( \frac{17.91}{17.91 + 97.54} \right)$$

$$TIR = 68 + 0,101$$

$$TIR = 68.10$$

### **Análisis**

La tasa Interna de retorno (TIR) del proyecto es de 68,10% lo que significa que es mayor que el costo de oportunidad del capital es de 13% por tanto, en recomendable la ejecución de proyecto.

#### **7.4.4. Periodo de recuperación del capital**

El periodo de recuperación de capital permite al inversionista conocer en qué tiempo recuperará la inversión

**Tabla 92.***Periodo de recuperación del Capital*

Año	Flujo de caja	Flujo acumulado
0	8.692,29	
1	6.211,52	6.211,52
2	6.327,06	12.538,59
3	6.994,93	19.533,52
4	4.959,51	24.493,02
5	8.917,36	33.410,38

*Nota. La presente tabla muestra el periodo de recuperación del capital.*

Para obtener el periodo de recuperación del capital, se aplicó la siguiente formula:

## Formula

$P.R.C = \text{Año que supera la inversión}$

$$+ \frac{\text{inversión} - \text{suma de flujo de caja acumulado}}{\text{Flujo de caja del año que supera la inversión}}$$

$$P.R.C = 2 + \frac{\$8.692,29 - \$12.538,59}{\$6.211,52}$$

$$P.R.C = 2 + \frac{-\$3.846,29}{\$6327,06}$$

$$P.R.C = 2 + (-0.14)$$

$$P.R.C = 1.39$$

## Calculo:

- 1.39= 1 año
- 0.39\*12=4,68= 4 meses
- 0,72\*30=20.4=20 días

## Análisis

El periodo de recuperación de capital es de 1.39 lo que significa que la inversión inicial se cubre de 1 año, 4 meses y 20 días; del proyecto depende únicamente del inversionista en lo que respecta a su ejecución.

### 7.4.5. Relación Beneficio-costo

Es un indicador financiero que permite conocer la rentabilidad que se obtiene por cada dólar que se invierte en el proyecto, dicho valor se conoce a través de la división de los ingresos actualizados para los costos actualizados.

#### Tabla 93.

*Relación Beneficio - Costo*

Año	Costo Original	Factor Actualización	Valor Actualizado	Ingreso Original	Factor Actualización	Valor Actual Ingresos
0		13%				
1	41027,64	0,88496	36307,65	52000,00	0,88496	46017,70
2	42085,36	0,78315	32959,01	52000,00	0,78315	40723,63
3	43179,64	0,69305	29925,66	52000,00	0,69305	36038,61
4	44364,01	0,61332	27209,28	52000,00	0,61332	31892,57
5	45534,79	0,54276	24714,46	52000,00	0,54276	28223,52
	<b>TOTAL</b>		\$151.116,05			\$182896,03

Nota. La presente tabla indica la relación beneficio- costo del proyecto.

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{\sum \$182896,03}{\sum 151.116,05}$$

$$RBC = 1,21$$

### *Análisis*

La relación Beneficio-Costo del proyecto es de \$1,21; lo cual que el beneficio es mayo al costo y por cada dólar invertido se obtendrá 0,21 centavos de rentabilidad.

#### **7.4.6. Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad se lo aplica para medir la sensibilidad del proyecto ante variaciones como el incremento de costos y la disminución de ingresos.

El análisis de sensibilidad se basa en los siguientes criterios:

- Si el coeficiente, es mayor a 1 el proyecto es sensible ante las variaciones
- Si el coeficiente, es igual a 1 el proyecto las variaciones no afectan al proyecto.
- Si el coeficiente, es menor a 1 el proyecto no es sensible antes las variaciones.

#### **Análisis de sensibilidad aumento de costos de producción.**

Con la finalidad de conocer si el proyecto es sensible se realiza un incremento de 12,20% obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 94.***Análisis de Sensibilidad Con Incrementos En Costos*

<b>Años</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Incremento Costos</b>	<b>Ingreso Original</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Factor Actualización Tasa Menor</b>	<b>Valor Actualizado</b>	<b>Factor Actualización Tasa Mayor</b>	<b>Valor Actualizado</b>
0		12,20%		-8692,29	40,00%	-8692,29	41%	-8692,29
1	41027,64	46033,01	52000,00	5966,99	0,71429	4262,13	0,70922	4231,90
2	42085,36	47219,77	52000,00	4780,23	0,51020	2438,89	0,50299	2404,42
3	43179,64	48447,56	52000,00	3552,44	0,36443	1294,62	0,35673	1267,27
4	44364,01	49776,41	52000,00	2223,59	0,26031	578,82	0,25300	562,57
5	45534,79	51090,03	52000,00	909,97	0,18593	169,19	0,17943	163,28
<b>TOTAL</b>						8743,66		8629,45
<b>(-) Inversión</b>						-8692,29		-8692,29
<b>Valor Actual Neto</b>						51,36		-62,85

Nota. La presente tabla indica el análisis de sensibilidad con incrementos en costos.

Para obtener la sensibilidad del proyecto, se realiza el siguiente procedimiento:

- Primero se calcula la nueva TIR, para lo cual se utilizó la siguiente formula:

$$NTIR = Tm + DT \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$NTIR = 40 + 1 \left( \frac{51.36}{51.36 - (-62,85)} \right)$$

$$NTIR = 40 + 1(0.45)$$

$$NTIR = 40 + 0.45$$

$$NTIR = 40,45$$

- Seguidamente se calcula la diferencia del TIR, utilizando la siguiente formula:

$$DIF TIR = TIR - NTIR$$

$$DIF TIR = 68.10 - 40.45$$

$$DIF TIR = 27.65$$

- Se calcula el porcentaje de variación entre la TIR, para lo cual se utilizó la siguiente formula:

$$\%VARIACIÓN = \left( \frac{DIF TIR}{TIR} \right) * 100$$

$$\%VARIACIÓN = \left( \frac{27.65}{68.10} \right) * 100$$

$$\%VARIACIÓN = 40.60$$

- Finalmente se realizó el cálculo de análisis de sensibilidad por medio de la siguiente formula:

$$AS = \left( \frac{\% VARIACIÓN}{NTIR} \right)$$

$$AS = \left( \frac{28.66}{30.05} \right)$$

$$AS = 1.00$$

### **Análisis**

El Análisis de Sensibilidad indica que las variaciones no afectan el proyecto, y que resiste un incremento de los costos del 12.20%; es decir, si el costo se incrementa con un porcentaje mayor a este valor, los cambios afectarán la rentabilidad del proyecto de inversión.

### **Análisis de sensibilidad con disminución en los costos**

Para saber si el proyecto es sensible en este apartado se disminuyeron los ingresos a un 11.21%, obteniendo los siguientes resultados:



**Tabla 95.***Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos*

<b>Años</b>	<b>Costo original</b>	<b>Ingreso original</b>	<b>Disminución ingreso</b>	<b>Flujo caja</b>	<b>Factor actualización tasa menor</b>	<b>valor actualización</b>	<b>Factor actualización tasa mayor</b>	<b>valor actualización</b>
0			10,08%	-8692,29	39,49%	-8692,29	40,49%	-8692,29
1	41027,64	52000,00	46758,40	5730,76	0,71690	4108,36	0,71179	4079,12
2	42085,36	52000,00	46758,40	4673,04	0,86509	4042,61	0,50665	2367,60
3	43179,64	52000,00	46758,40	3578,76	0,94199	3371,15	0,36063	1290,61
4	44364,01	52000,00	46758,40	2394,39	0,97626	2337,55	0,25670	614,63
5	45534,79	52000,00	46758,40	1223,61	0,99049	1211,97	0,18271	223,57
<b>TOTAL</b>						15071,65		8575,54
<b>(-) Inversión</b>						-8692,29		-8692,29
<b>Valor Actual Neto</b>						6379,36		-116,75

*Nota. La presente tabla indica el análisis de sensibilidad con disminución en costos.*

Para obtener la sensibilidad del proyecto, se realiza el siguiente procedimiento:

- Primero se calcula la nueva TIR, para lo cual se utilizó la siguiente formula:

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM}\right)$$
$$NTIR = 39.49 + 1\left(\frac{6379.36}{6379.36 - (-116,75)}\right)$$
$$NTIR = 39.49 + 1(0.98)$$
$$NTIR = 39.49 + 0.98$$
$$NTIR = 40.47$$

- Seguidamente se calcula la diferencia del TIR, utilizando la siguiente formula:

$$DIF TIR = TIR - NTIR$$
$$DIF TIR = 68.10 - 40.47$$
$$DIF TIR = 27.63$$

- Se calcula el porcentaje de variación entre la TIR, para lo cual se utilizó la siguiente formula:

$$\%VARIACIÓN = \left(\frac{DIF TIR}{TIR}\right) * 100$$
$$\%VARIACIÓN = \left(\frac{27.63}{68.10}\right) * 100$$
$$\%VARIACIÓN = 40.57$$

- Finalmente se realizó el cálculo de análisis de sensibilidad por medio de la siguiente formula:

$$AS = \left(\frac{\% VARIACIÓN}{NTIR}\right)$$
$$AS = \left(\frac{40.57}{40.47}\right)$$
$$AS = 1.00$$

### **Análisis**

El Análisis de Sensibilidad indica que ellas variaciones no afectan el proyecto, y que resiste una disminución de 10,08%; es decir, que con este valor obtenemos una sensibilidad de 0,99 que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación, por lo tanto, no sufre ningún efecto y es ejecutable.

## 8. Conclusiones

Al haber culminado el presente trabajo de investigación, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha de 37.226 prendas de ropa para mascotas caninas en el primer año de vida útil de la empresa.
- En el estudio técnico se determinó una capacidad instalada de 43.800 prendas caninas para el primer año, donde se aprovechará el 28% de la capacidad utilizada, el cual representa 10.400 de prendas de vestir para mascotas anuales, con el fin de garantizar un producto final de calidad; además se estableció la localización de la empresa, la cual se ubicará en la zona céntrica, parroquia “El Sagrario” de la ciudad de Loja.
- El estudio legal permitió establecer la constitución legal de la empresa, la misma que se la legalizará como una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, denominada MASCOTIN “E.U.R.L”, cuya actividad económica será la producción y comercialización de ropa para mascotas caninas, la cual se conforma por una estructura organizativa.
- Con el estudio económico financiero se determinó una inversión de \$ 8.692,29 dólares americanos, la misma que será financiada con un capital propio de \$ 2.692,29 dólares americanos, equivalentes al 31% y un capital externo de 6.000,00 dólares americanos, equivalentes al 69%, financiados por un préstamo bancario a la institución BanEcuador, a una tasa de interés del 12% con pagos trimestrales para cinco años.
- Se determinó como costo total de producción el valor de \$41.027,64 dólares americanos, el cual, dividido para sus unidades de producción, nos da un costo unitario de \$3,94 dólares americanos por prenda de vestir canina raza pequeña para el primer año, para determinar el precio de venta al público se incrementó un margen de utilidad de 27%, dando como resultado \$ 5,00 dólares americanos por prenda, y un ingreso de \$52.000,00.
- En la evaluación financiera el proyecto arrojó los siguientes datos: El valor actual neto del proyecto es de \$14.489,23 un valor positivo, la tasa interna de retorno es del 68,10%, la relación beneficio costo es por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 1,21 centavos de dólar, el periodo de recuperación de capital para el inversionista es de 1 año, 4 meses y 20 días, el análisis de sensibilidad indica que el proyecto puede soportar un incremento de costos del 12,20% y una disminución de ingresos del 10,08%.
- Por todos los resultados obtenidos se concluye que el proyecto es factible para su implementación

## 9. Recomendaciones

Luego de haber concluido con la investigación se recomienda lo siguiente:

- Al ser factible el proyecto, se recomienda su implementación debido a la gran demanda insatisfecha que posee.
- Es recomendable ejecutar el plan de comercialización establecido en el proyecto y sus estrategias propuestas, en el cual se da prioridad a las redes sociales (Facebook, Tik Tok, Instagram) y de esta manera posicionar la ropa para mascota caninas en el mercado local.
- Se debe hacer los ajustes de presupuestos al momento de ejecutarse la empresa. los costos de producción se consideraron una tasa de inflación del 3,21% y el incremento salarial de 3%, si llegara haber cambios se debe actualizar los valores.
- Se recomienda ejecutar el estudio técnico, donde se determinó una localización optima y la infraestructura para la empresa, la cual estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Loja; además se identificó el proceso productivo con sus respectivos tiempos para la producción de ropa para mascotas caninas.
- Aprovechar la información obtenida de la investigación como es la inversión estimada para la puesta en marcha del presente proyecto.
- Realizar un seguimiento al rendimiento organizacional con el fin de cumplir con los objetivos planteados por la empresa y se puedan tomar las mejores decisiones para el correcto funcionamiento de la empresa.

## 10. Bibliografía

Advicebase. (2014). *best.advicebase.ne*. Obtenido de best.advicebase.ne:  
<https://best.advicebase.net/es/perros/20141104065854.html>

Animal, C. (NOVIEMBRE de 2021). *companianimal*. Obtenido de companianimal:  
<https://companianimal.com/historia-y-presente-de-la-moda-en-mascotas>

Armstrong, P. K. (2008). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Person Educacion Mexico.

Baca, U. G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Septima ed.). México: Vázquez, Pablo Eduardo Roig. Obtenido de <http://myslide.es/documents/baca-urbina-gabriel-evaluacion-de-proyectos-7ma-edic-2013pdf.html>

Cárdenas, A. M. (2019). *UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS BOGOTA D.C.* Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b0851e4f-1bcc-46be-9172-8eab1130b60a/content>

Castro, J. A. (2009). *cayso.com*. Obtenido de [https://www.cayso.com.mx/cursosenlinea/wp-content/uploads/2019/05/Proyectos-de-Inversi%C3%B3n-Arturo-Morales\\_compressed.pdf](https://www.cayso.com.mx/cursosenlinea/wp-content/uploads/2019/05/Proyectos-de-Inversi%C3%B3n-Arturo-Morales_compressed.pdf)

Chain, N. S. (19 de Enero de 2016). *Evaluacion-proyectos*. Obtenido de Evaluacion-proyectos: <http://evaluacion-proyectos-uia.blogspot.com/2016/01/etapas-de-un-proyecto.html>

Departamento Administrativo de Planeación. (2010). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversión*. ibagué.

Diaz, D. P. (15 de junio de 2014). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6886/1/UPS-QT05473.pdf>

Ecotec. (9 de marzo de 2015). *Punto de equilibrio*. Obtenido de [https://www.ecotec.edu.ec/material/material\\_2015B1\\_FIN261\\_11\\_43797.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2015B1_FIN261_11_43797.pdf)

Elia Beatriz Pineda, E. L. (1994). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. U.S.A Washington,,: Copyright © Organización Panamericana de la Salud 1994 .

Escudero, S. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente* (ediciones 2011 ed.). España: Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=EpsvChk941kC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Esparza, J. L. (19 de septiembre de 2013). *ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN*. Obtenido de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>

Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta ed.). México: The McGraw-Hill. Obtenido de [http://www.academia.edu/18897949/Libro\\_Mercadotecnia\\_Laura\\_Fischer\\_y\\_Jorge\\_Espejo](http://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (Decimo Cuarta ed.). México: Pearson Educación, México, 2012 . Obtenido de <http://es.slideshare.net/reduniversal/direccion-de-marketing-14-edicin>

López, G. C. (mayo de 2013). *Repositorio Digital USFQ*. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1694/1/106546.pdf>

Manuel Pasaca, M. (2017). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION*. Loja: Graficplus.

MARISOL, Q. E. (12 de febrero de 2017). Obtenido de UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37844/1/Mosquera%20y%20Quezada%20tesis.pdf>

Matailo, L. R. (16 de julio de 2016). *Repositorio de la universidad nacional de Loja*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/14667/1/Luz%20Rebeca%20Loja%20Matailo.pdf>

Meza, J. (2020). *Evaluación Financiera de proyectos*. ECOE.

Morales Arturo, J. A. (2009). *PROYECTOS DE INVERSIÓN EVALUACIÓN Y FORMULACIÓN*. Mexico: The McGraw-Hill.

Salazar, R. C. (2003). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Ecuador: Lerc.

Salvador Perez, J. Z. (2017). *Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Quito-Ecuador: ISBN.

Sandy, P. (2002). *DEL OCIO AL NEGOCIO Preguntas y Retos para iniciar un Negocio*. Mexico: EDITORIAL BIBLIOTECA NUEVA.

Spag, N. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. Chile: PEARSON.

Stutely, R. (2000). *Plan de negocios*. Mexico.

## 11. Anexos

### Anexo 1. Encuesta a los consumidores



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta tiene por objeto determinar la factibilidad financiera para la creación de una empresa productora y comercializadora ropa para mascotas caninas en la ciudad de Loja, provincia de Loja, su información será manejada confidencialmente por el investigador. Por tal motivo solicito muy comedidamente su colaboración con el presente cuestionario.

PREGUNTAS GENERALES			
<b>1. ¿Cuál es su ingreso mensual familiar?</b>			
.....dólares			
<b>2. ¿En su familia cuenta con mascotas caninas?</b>	<b>3. ¿Qué tipo de mascota canina?</b>		
Si ( )	Raza pequeña ( )		
No ( )	Raza mediana ( )		
<b>4. ¿Cuántas Mascotas caninas posee actualmente?</b>	Raza Grande ( )		
Indique:	<b>5. ¿Qué tipo de raza o razas canina cuenta en su hogar?</b>		
<b>6. A sus mascotas caninas les compra vestuario</b>	<b>7. ¿Cada que tiempo y en qué cantidad adquiere usted el vestuario para las mascotas caninas?</b>		
Si ( ) No ( )			
<b>8. Indique el precio promedio de una prenda de vestir para sus mascotas caninas</b>		<b>ROPA</b>	<b>CANTIDAD</b>
\$	<b>TRIMESTRAL</b>		
<b>10. ¿Cuándo usted ha adquirido ropa para mascotas caninas ha recibido un tipo de promoción?</b>	<b>SEMESTRAL</b>		
	<b>ANUAL</b>		
	<b>OTROS:.....</b>		
SI ( ) No ( )	<b>9. ¿En qué lugar adquiere el vestuario para mascotas caninas?</b>		
<b>• Si su respuesta es positiva especifique que tipo de promoción</b>	En la veterinaria ( )		
	En la estética canina ( )		
	En el mercado ( )		
	En el supermercado ( )		
	Por internet ( )		
<b>11. ¿Si se implementa una empresa que confeccione ropa para mascotas caninas, usted se convertiría en nuestro cliente?</b>	<b>OTROS:.....</b>		
	<b>12. ¿Porque medios de comunicación le gustaría informarse la existencia de la nueva unidad productiva?</b>		
SI ( )	<u>Medios tradicionales</u>	<u>Medios digitales</u>	

No ( )	TV ( )	Tik Tok ( )
<b>13. ¿Cómo le gustaría que se promocioe la nueva unidad productiva?</b>	RADIO ( )	Facebook ( )
Descuentos ( )	Prensa escrita ( )	Instagram ( )
Paga uno y el segundo a mitad de precio ( )		
<b>Gracias por su colaboración</b>		

## Anexo 2. Encuesta a los oferentes

 <p><b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b>  <b>FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA</b>  <b>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b></p>	
<p>Estimado Sr. (a)</p> <p>Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Administración de Empresas, con el objetivo de realizar un Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de ropa canina en la ciudad y provincia de Loja, me dirijo a Usted, para solicitarle de la manera más comedida se digne contestar las siguientes preguntas:</p>	
<b>PREGUNTAS GENERALES</b>	
<b>1. Nombre de las empresas</b>	<b>2. En su negocio, ¿Vende ropa para mascota canina?</b>
	Si (...)
	No (...)
<b>3. ¿Qué tipo de ropa canina Usted Produce?</b>	<b>4. ¿Cuántas prendas de ropa canina ha vendido en los siguientes años?</b>
Pequeña ( )	<b>2017</b> ( ) prendas
Mediana ( )	<b>2018</b> ( ) prendas
Grande ( )	<b>2019</b> ( ) prendas
	<b>2020</b> ( ) prendas
	<b>2021</b> ( ) prendas
<b>5. ¿A qué precio promedio vende Usted la prenda de ropa canina?</b>	<b>6. ¿Dónde adquiere Ud. la materia prima para la producción de ropa canina?</b>
	Ferias Libres ( )
	Mercados ( )
	importadores ( )
	Confeccionadores Locales
<b>Gracias por su colaboración</b>	



## **Anexo 3. Esquema del Marco Teórico**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1. PROYECTOS DE INVERSIÓN**

1.1. TIPOS DE PROYECTOS

1.2. CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

1.2.1. PREINVERSIÓN

1.2.2. INVERSIÓN

1.2.3. OPERACIÓN

#### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

2.1. DEFINICIÓN

2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

2.3. PRODUCTO

2.4. MERCADO

2.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA

2.6. PLAN COMERCIAL

#### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

3.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL

#### **4. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO**

4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

4.2. COSTOS E INGRESOS

4.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

4.4. ESTADOS FINANCIEROS

#### **5. EVALUACIÓN FINANCIERA**

5.1. INDICADORES

5.1.1. FLUJO DE CAJA

5.1.2. VALOR ACTUAL NETO

5.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO

5.1.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

5.1.5. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

5.1.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

# English Speak Up Center


Nosotros "*English Speak Up Center*"

CERTIFICAMOS que

La traducción del resumen del Proyecto de Titulación "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA." documento adjunto solicitado por la señorita Gilson Alexander Medina Capa con cédula de ciudadanía número 1105665457 ha sido realizada por el Centro Particular de Enseñanza de Idiomas "*English Speak Up Center*"

Esta es una traducción textual del documento adjunto. El traductor es competente y autorizado para realizar traducciones.

Loja, 17 de mayo de 2023

  
Mg. Sc. Elizabeth Sánchez Burneo  
DIRECTORA ACADÉMICA