



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**  
Facultad Jurídica Social y Administrativa  
Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y  
comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja**

Trabajo de integración curricular previo  
a la obtención del Título de Licenciada  
en Administración de Empresas

**AUTORA:**

Paola Isabel Montesinos Palma

**DIRECTORA:**

Ing.Com Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE

Loja – Ecuador

2024

## Certificación

Loja, 18 de agosto de 2023

Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS PARA PERROS EN LA CIUDAD DE LOJA”**, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, de la autoría de la estudiante Paola Isabel Montesinos Palma, con cédula de identidad Nro.1150797619, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **Autoría**

Yo, **Paola Isabel Montesinos Palma**, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de integración curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de Identidad:** 1150797619

**Fecha:** 18 de junio del 2024

**Correo electrónico:** paola.montesinos@unl.edu.ec

**Teléfono o celular:** 0985938288

**Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular**

Yo, **Paola Isabel Montesinos Palma**, declaro ser la autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa producción y comercialización de galletas para perros en la ciudad de Loja”**, como requisito para optar el título de **Licenciada 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 de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los dieciocho días del mes de junio del dos mil veinte y cuatro.

**Firma:**

**Autor:** Paola Isabel Montesinos Palma

**Cedula:** 1150797619

**Dirección:** Calle Nicolasa Jurado24-32 y Atahualpa

**Correo electrónico:** paola.montesinos@unl.edu.ec

**Teléfono o celular:** 0985938288

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del Trabajo de Integración Curricular:** Ing.Com Gretty del Pilar Salinas Ordóñez  
MAE

## **Dedicatoria**

El presente trabajo dedico a Dios que por su gracia me ha dado las capacidades para terminar esta carrera. A mis padres, Juan y Amparo, por apoyarme y empujarme a continuar, a mi hermano Juan Ignacio, quien me inspira a ser una buena profesional y me enseña el don de servir, a José Pablo, que gracias a su ejemplo veo el valor de la integridad y a mi cuñada Carolina que ha estado a mi lado como una hermana durante todo este proceso.

Finalmente dedico este trabajo a todos mis docentes, compañeros y a todas las personas que han decidido estudiar el mundo de la administración.

***Paola Isabel Montesinos Palma.***

## **Agradecimiento**

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Administración de Empresas por brindarme sus conocimientos y regalarme las mejores anécdotas.

De manera especial a la Ing.Com Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE quien me asesoró, guio y ayudó de manera amena a la culminación del proyecto. A mis padres, hermanos y toda mi familia por estar siempre para mí.

***Paola Isabel Montesinos Palma.***

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de Contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de Tablas .....	xi
Índice de Figuras .....	xiv
Índice de Anexos .....	xvi
<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 Conceptual .....	7
4.2.1. Alimentos para mascotas .....	7
4.2.2. ¿Qué es un snack? .....	7
4.2.2.1. Tipos de snacks.....	8
4.2.3. Reseña de las galletas .....	8
4.2.4. Principales ingredientes para la elaboración de galletas .....	8
4.2.5. Estratos Socioeconómicos .....	9
4.3. Fundamentos Teóricos.....	11
4.3.1. Proyecto de Inversión .....	11
4.3.1.1. Ciclo de vida de los proyectos de inversión.....	11

4.3.2.	Estudio de mercado .....	12
4.3.2.1.	Análisis de la demanda .....	13
4.3.2.2.	Tipos de demanda .....	13
4.3.2.3.	Oferta.....	13
4.3.2.4.	Plan de comercialización.....	13
4.3.3.	Estudio Técnico .....	14
4.3.3.1.	Tamaño.....	14
4.3.3.2.	Localización .....	15
4.3.3.3.	Ingeniería del Proyecto .....	15
4.3.4.	Estudio Organizacional .....	16
4.3.4.1.	Base Legal.....	16
4.3.4.2.	Estudio administrativo .....	16
4.3.4.2.1.	Niveles Jerárquicos .....	17
4.3.4.2.2.	Organigramas.....	17
4.3.4.2.3.	Manual de Funciones .....	17
4.3.5.	Estudio Financiero .....	18
<b>5.</b>	<b>Metodología.....</b>	<b>22</b>
5.1.	Área .....	22
5.2.	Enfoque.....	23
5.3.	Método .....	23
5.4.	Tipo de diseño.....	23
5.5.	Alcance del diseño .....	23
5.6.	Técnica .....	23
5.7.	Población .....	24
5.8.	Tipo de Muestra .....	25
5.9.	Procedimiento .....	25



<b>6.</b>	<b>Resultados .....</b>	<b>26</b>
6.1.	Tabulación encuestas a los compradores .....	26
6.2.	Resultados de la oferta .....	38
<b>7.</b>	<b>Discusión .....</b>	<b>43</b>
7.1.	Estudio de mercado .....	43
7.1.1.	Producto Principal.....	43
7.1.1.1.	Características de las galletas para perros .....	43
7.1.1.2.	Beneficios de las galletas .....	43
7.1.1.3.	Uso de las galletas para perros .....	44
7.1.2.	Producto Secundario.....	44
7.1.3.	Producto Sustituto.....	44
7.1.4.	Productos Complementarios .....	44
7.1.5.	Mercado Demandante.....	44
7.1.5.1.	Análisis de la Demanda .....	45
7.1.5.2.	Análisis de la oferta .....	51
7.1.5.3.	Demanda insatisfecha .....	51
7.1.6.	Estrategias de comercialización.....	52
7.1.6.1.	Producto.....	52
7.1.6.2.	Precio .....	55
7.1.6.3.	Plaza .....	56
7.1.6.4.	Promoción .....	56
7.2.	Estudio técnico.....	58
7.2.1.	Localización .....	58
7.2.1.1.	Macro localización .....	58
7.2.1.2.	Micro localización .....	58
7.2.1.2.1.	Factores determinantes de localización .....	58
7.2.2.	Tamaño.....	61

7.2.2.1.	Capacidad Instalada.....	61
7.2.2.2.	Capacidad Utilizada.....	62
7.2.3.	Ingeniería del proyecto.....	62
7.2.3.1.	Proceso de Producción.....	63
7.2.3.2.	Distribución de la planta .....	65
7.2.3.4.	Requerimiento de Materia Prima .....	70
7.2.3.5.	Requerimiento del Personal.....	70
7.2.4.	Diseño administrativo.....	71
7.2.4.1.	Organización Jurídica .....	71
7.2.4.2.	Organigramas.....	73
7.2.4.3.	Manual de funciones.....	76
7.3.	Estudio Financiero.....	81
7.3.1.	Inversiones .....	81
7.3.1.1.	Activos Fijos .....	81
7.3.1.2.	Activos Diferidos.....	87
7.3.1.3.	Capital de Trabajo .....	87
7.3.2.	Resumen de la Inversión del Proyecto .....	95
7.3.2.1.	Financiamiento .....	95
7.3.2.2.	Estructura de costos y presupuestos de ingresos.....	96
7.3.2.3.	Costo Unitario de Producción .....	99
7.3.2.4.	Precio de Venta al Público.....	99
7.3.2.5.	Clasificación de los Costos .....	100
7.4.	Evaluación Financiera .....	110
7.4.1.	Valor Actual Neto .....	110
7.4.2.	Tasa Interna de Retorno .....	111
7.4.3.	Periodo de Recuperación del Capital .....	112
7.4.4.	Relación Beneficio-Costo.....	113

7.4.5. Análisis de Sensibilidad .....	113
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>119</b>
<b>9. Recomendaciones .....</b>	<b>120</b>
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>121</b>
<b>11. Anexos.....</b>	<b>124</b>

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Habitantes según el estrato socioeconómico.....	24
<b>Tabla 2.</b> Número de perros .....	26
<b>Tabla 3.</b> Adquisición de los snacks .....	27
<b>Tabla 4.</b> Adquisición de galletas.....	27
<b>Tabla 5.</b> Características .....	28
<b>Tabla 6.</b> Frecuencia de consumo mensual.....	29
<b>Tabla 7.</b> Lugar de adquisición .....	29
<b>Tabla 8.</b> Medios de información .....	30
<b>Tabla 9.</b> Medios de información (Red Social).....	31
<b>Tabla 10.</b> Envase .....	31
<b>Tabla 11.</b> Promoción .....	32
<b>Tabla 12.</b> Disposición de compra .....	33
<b>Tabla 13.</b> Sabor .....	33
<b>Tabla 14.</b> Cantidad de consumo mensual .....	34
<b>Tabla 15.</b> Envase de preferencia.....	35
<b>Tabla 16.</b> Lugar de adquisición .....	35
<b>Tabla 17.</b> Medios de información .....	36
<b>Tabla 18.</b> Horario de uso de los medios de información .....	37
<b>Tabla 19.</b> Promociones que le gustaría recibir .....	38
<b>Tabla 20.</b> Venta de galletas para perros.....	39
<b>Tabla 21.</b> Marcas que comercializa .....	39
<b>Tabla 22.</b> Cantidad de comercialización.....	40
<b>Tabla 23.</b> Tipo de envase.....	41
<b>Tabla 24.</b> Porcentaje de ventas.....	41
<b>Tabla 25.</b> Promociones de proveedores.....	42
<b>Tabla 26.</b> Características .....	42

<b>Tabla 27.</b> Demanda Potencial .....	45
<b>Tabla 28.</b> Compra anual de galletas para perros.....	45
<b>Tabla 29.</b> Proyección de la Demanda Potencial .....	46
<b>Tabla 30.</b> Demanda Real .....	46
<b>Tabla 31.</b> Frecuencia de compra mensual .....	46
<b>Tabla 32.</b> Compra anual de 100 gramos .....	47
<b>Tabla 33.</b> Compra anual de galletas para perros.....	47
<b>Tabla 34.</b> Compra anual de galletas para perros.....	48
<b>Tabla 35.</b> Demanda real en paquetes .....	49
<b>Tabla 36.</b> Proyección de la demanda real .....	49
<b>Tabla 37.</b> Demanda efectiva .....	50
<b>Tabla 38.</b> Proyección de la demanda efectiva.....	50
<b>Tabla 39.</b> Proyección de la demanda insatisfecha .....	51
<b>Tabla 40.</b> Selección del lugar de implementación de la planta .....	59
<b>Tabla 41.</b> Cálculo de la capacidad instalada .....	61
<b>Tabla 42.</b> Cálculo de la capacidad utilizada .....	62
<b>Tabla 43.</b> Participación de mercado de la capacidad utilizada .....	62
<b>Tabla 44.</b> Flujoograma de procesos con tiempos y movimientos .....	64
<b>Tabla 45.</b> Ficha Técnica de la procesadora Industrial .....	66
<b>Tabla 46.</b> Ficha Técnica de la Amasadora .....	66
<b>Tabla 47.</b> Ficha Técnica del horno Industrial.....	67
<b>Tabla 48.</b> Ficha Técnica de la mesa.....	67
<b>Tabla 49.</b> Ficha Técnica de la balanza digita.....	67
<b>Tabla 50.</b> Ficha Técnica de las bandejas .....	68
<b>Tabla 51.</b> Ficha Técnica del cilindro de gas .....	68
<b>Tabla 52.</b> Ficha Técnica del juego de cuchillos .....	68
<b>Tabla 53.</b> Ficha Técnica Maquina laminadora de masa .....	69
<b>Tabla 54.</b> Ficha Técnica de cortadores para galletas .....	69
<b>Tabla 55.</b> Ficha Técnica de espátula.....	69
<b>Tabla 56.</b> Cantidad de materia prima directa requerida.....	70
<b>Tabla 57.</b> Cantidad de materia prima indirecta requerida .....	70
<b>Tabla 58.</b> División del Personal.....	70
<b>Tabla 59.</b> Manual de funciones de Gerente.....	76
<b>Tabla 60.</b> Manual de funciones de secretaria.....	77

<b>Tabla 61.</b> Manual de funciones de vendedor.....	78
<b>Tabla 62.</b> Manual de funciones de obrero .....	79
<b>Tabla 63.</b> Manual de funciones para contador.....	80
<b>Tabla 64.</b> Maquinaria y Equipo.....	81
<b>Tabla 65.</b> Depreciación de Maquinaria y Equipo .....	81
<b>Tabla 66.</b> Herramientas.....	82
<b>Tabla 67.</b> Depreciación de Herramientas .....	82
<b>Tabla 68.</b> Muebles y Enseres de Producción .....	82
<b>Tabla 69.</b> Depreciación de Muebles y Enseres de Producción.....	83
<b>Tabla 70.</b> Muebles y Enseres de Administración .....	83
<b>Tabla 71.</b> Depreciación de Muebles y Enseres de Administración .....	83
<b>Tabla 72.</b> Equipo de Oficina .....	84
<b>Tabla 73.</b> Depreciación de Equipo de Oficina.....	84
<b>Tabla 74.</b> Equipo de Cómputo.....	84
<b>Tabla 75.</b> Depreciación de Equipo de Cómputo .....	85
<b>Tabla 76.</b> Reinversión del Equipo de Cómputo .....	85
<b>Tabla 77.</b> Depreciación de la reinversión del Equipo de Cómputo.....	85
<b>Tabla 78.</b> Vehículo .....	86
<b>Tabla 79.</b> Depreciación del Vehículo .....	86
<b>Tabla 80.</b> Resumen de la inversión para los activos fijos .....	86
<b>Tabla 81.</b> Activos Diferidos.....	87
<b>Tabla 82.</b> Amortización de los activos diferidos.....	87
<b>Tabla 83.</b> Materia Prima Directa.....	88
<b>Tabla 84.</b> Materia Prima Indirecta .....	88
<b>Tabla 85.</b> Materia de Obra Directa .....	88
<b>Tabla 86.</b> Sueldos Administrativos .....	89
<b>Tabla 87.</b> Sueldo de Ventas .....	89
<b>Tabla 88.</b> Servicios Básicos Administrativos .....	90
<b>Tabla 89.</b> Servicios Básicos de Producción.....	90
<b>Tabla 90.</b> Suministros de Oficina.....	90
<b>Tabla 91.</b> Suministros de Aseo de Administración .....	91
<b>Tabla 92.</b> Suministro de Aseo de Producción.....	92
<b>Tabla 93.</b> Publicidad.....	93
<b>Tabla 94.</b> Arriendo.....	93

<b>Tabla 95.</b> Combustible y Lubricante .....	93
<b>Tabla 96.</b> Matrícula del vehículo.....	93
<b>Tabla 97.</b> Mantenimiento del vehículo .....	94
<b>Tabla 98.</b> Resumen de capital de trabajo .....	94
<b>Tabla 99.</b> Resumen de la inversión del proyecto.....	95
<b>Tabla 100.</b> Financiamiento de la inversión .....	95
<b>Tabla 101.</b> Amortización del Préstamo.....	96
<b>Tabla 102.</b> Presupuesto del costo total de operaciones .....	97
<b>Tabla 103.</b> Costo Unitario de Producción .....	99
<b>Tabla 104.</b> Costo Unitario de Producción .....	99
<b>Tabla 105.</b> Presupuesto de ingresos .....	99
<b>Tabla 106.</b> Clasificación de los Costos.....	101
<b>Tabla 107.</b> Estado de pérdidas y ganancias.....	107
<b>Tabla 108.</b> Flujo de Caja Proyectado .....	109
<b>Tabla 109.</b> Valor Actual Neto .....	110
<b>Tabla 110.</b> Tasa Interna de Retorno.....	111
<b>Tabla 111.</b> Periodo de Recuperación de Capital .....	112
<b>Tabla 112.</b> Relación Costo/Beneficio .....	113
<b>Tabla 113.</b> Análisis de sensibilidad con incremento de costos .....	114
<b>Tabla 114.</b> Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos .....	117

## **Índice de Figuras**

<b>Figura 1.</b> Mapa de la zona urbana de la ciudad de Loja.....	22
<b>Figura 2.</b> Número de perros.....	26
<b>Figura 3.</b> Adquisición de los snacks.....	27
<b>Figura 4.</b> Adquisición de galletas .....	28
<b>Figura 5.</b> Características.....	28
<b>Figura 6.</b> Frecuencia de consumo mensual .....	29
<b>Figura 7.</b> Lugar de adquisición.....	30
<b>Figura 8.</b> Medios de información.....	30
<b>Figura 9.</b> Medios de información (red social) .....	31
<b>Figura 10.</b> Envase.....	32
<b>Figura 11.</b> Promoción .....	32
<b>Figura 12.</b> Disposición de compra.....	33

<b>Figura 13.</b> Sabor.....	34
<b>Figura 14.</b> Cantidad de consumo mensual.....	34
<b>Figura 15.</b> Envase de preferencia .....	35
<b>Figura 16.</b> Lugar de adquisición.....	36
<b>Figura 17.</b> Medios de información.....	37
<b>Figura 18.</b> Horario de uso de los medios de información .....	37
<b>Figura 19.</b> Promociones que le gustaría recibir.....	38
<b>Figura 20.</b> Venta de galletas .....	39
<b>Figura 21.</b> Marcas que comercializan .....	40
<b>Figura 22.</b> Cantidad de comercialización .....	40
<b>Figura 23.</b> Tipo de envase .....	41
<b>Figura 24.</b> Promociones de proveedores .....	42
<b>Figura 25.</b> Características .....	43
<b>Figura 26.</b> Producto .....	52
<b>Figura 27.</b> Producto Final.....	52
<b>Figura 28.</b> Etiqueta del envase parte delantera.....	53
<b>Figura 29.</b> Etiqueta del envase parte trasera .....	54
<b>Figura 30.</b> Funda del envase .....	55
<b>Figura 31.</b> Página de Facebook de Chazos .....	57
<b>Figura 32.</b> Página de Instagram de Chazos.....	57
<b>Figura 33.</b> Mapa de la provincia de Loja .....	58
<b>Figura 34.</b> Mapa de la ubicación de la empresa.....	60
<b>Figura 35.</b> Distribución de la planta .....	65
<b>Figura 36.</b> Procesadora Industrial.....	66
<b>Figura 37.</b> Amasadora .....	66
<b>Figura 38.</b> Horno Industrial .....	67
<b>Figura 39.</b> Mesa.....	67
<b>Figura 40.</b> Balanza digital .....	67
<b>Figura 41.</b> Bandejas.....	68
<b>Figura 42.</b> Cilindro .....	68
<b>Figura 43.</b> Utensilios de cocina .....	68
<b>Figura 44.</b> Maquinaria laminadora de masa.....	69
<b>Figura 45.</b> Cortadores de galletas.....	69
<b>Figura 46.</b> Espátula.....	69

<b>Figura 47.</b> Punto de Equilibrio del Año 1 .....	103
<b>Figura 48.</b> Punto de Equilibrio del Año 3.....	104
<b>Figura 49.</b> Punto de Equilibrio del Año 5.....	106

#### **Índice de Anexos**

<b>Anexo 1</b> Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja .....	124
<b>Anexo 2</b> Encuesta aplicada a los ofertantes .....	127
<b>Anexo 3</b> Certificado de la traducción del resumen .....	129



## **1. Título**

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja”

## 2. Resumen

La investigación es un Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja”, para lo cual se ejecutaron los estudios que permitieron determinar su factibilidad. Las galletas que se comercializan actualmente contienen conservantes o incluso se elaboran con harinas que a la larga causan mal aliento u otros daños, sin embargo, con el nuevo producto, los caninos tendrán una mejor calidad de vida. Es una investigación descriptiva con enfoque cualitativo, y se utilizó el método inductivo porque mediante cada estudio se iba obteniendo la factibilidad, el segmento escogido fueron los estratos socio económicos de las familias de la ciudad de Loja que tienen caninos, y se calculó una muestra de 377 encuestas. El estudio de mercado permitió determinar una demanda insatisfecha de 283.802,00 paquetes de galletas. En el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada será de 98.550 paquetes; la empresa producirá 23.400 paquetes al año de acuerdo a la capacidad utilizada, además adoptará la denominación de compañía de responsabilidad limitada y llevará su razón social como CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda.; la inversión del proyecto será de \$22.309,43 dólares, donde el precio de venta al público será de \$3,50 cada paquete de galletas de 20 unidades con un contenido total de 200 gramos. Mediante el resultado de los siguientes indicadores: VAN positivo de \$25.009,04; TIR de 46,15%; relación beneficio-costos de \$1,29 dólares; se recuperará la inversión en 1 años, 11 meses y 8 días; el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos de 15,10% con una sensibilidad de 0,98; mientras que podrá soportar una disminución en sus ingresos de hasta 11,70%; con una sensibilidad de 0,98; por tanto, se puede decir que el proyecto es factible.

Palabras claves: Factibilidad, mercado, galletas para perros, chazos premium

## 2.1. Abstract

The research is a feasibility project for the implementation of a company producing and marketing dog cookies in the city of Loja", for which studies were conducted to determine its feasibility. The cookies that are currently marketed contain preservatives or are even made with flour that eventually cause bad breath or other damage, however, with the new product, canines will have a better quality of life. It is descriptive research with a qualitative approach, and the inductive method was used because through each study the feasibility was obtained, the segment chosen was the socioeconomic strata of the families of the city of Loja that have canines, and a sample of 377 surveys was calculated.

The market study determined an unsatisfied demand of 283,802.00 packages of cookies. The technical study determined that the installed capacity will be 98,550 packages; the company will produce 23,400 packages per year according to the capacity used; it will also adopt the name of a limited liability company and will be known as CHAZOS PREMIUM Cia. Ltda.; the project investment will be \$22,309.43 dollars, where the retail price will be \$3.50 per package of cookies of 20 units with a total content of 200 grams. Through the result of the following indicators: positive NPV of \$25,009.04; IRR of 46.15%; benefit-cost ratio of \$1.29 dollars; the investment will be recovered in 1 years, 11 months and 8 days; the sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in costs of 15.10% with a sensitivity of 0.98; while it can support a decrease in its income of up to 11.70%; with a sensitivity of 0.98; therefore, it can be said that the project is feasible.

**Key words:** Feasibility, market, dog cookies, premium chazos.

### 3. Introducción

Los proyectos de inversión son importantes porque permite conocer los beneficios para la puesta en marcha de la empresa, por otro lado, también se puede evaluar cuáles son las desventajas de la misma para determinar la factibilidad y rentabilidad de la empresa.

Todo inversionista debería realizar estudios previos antes de poner su dinero en alguna actividad económica y su puesta en marcha, puesto que de no hacerlo; primero no sabría identificar con certeza que se quiere satisfacer a los demandantes o cuáles son sus gustos, preferencias, inclinación, tendencia, etc., y puede ser una causa para que la empresa tenga una rentabilidad negativa. Además de ello conocer la problemática del entorno, esto para que se resuelva de mejor manera esos inconvenientes, como es el caso de las galletas para perros, ya que en el mercado actual existen estos snacks o golosinas que de cierta manera no favorecen a la calidad de vida de los canes, ya que contienen colorantes, saborizantes o harinas que a la larga no provocan ningún beneficio en los perros.

El presente proyecto tiene la finalidad de fomentar la producción local y generar un impacto socioeconómico en la ciudad, mediante la creación de nuevas empresas aumentando valor agregado a los productos. Con esta finalidad el presente proyecto se titula “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS PARA PERROS EN LA CIUDAD DE LOJA” que está compuesto por diferentes estudios que permitieron determinar la factibilidad del mismo.

Para la elaboración del proyecto se formuló un objetivo general que es determinar si es factible o no la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja y cuatro objetivos específicos, los cuales son: Realizar el estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda en la ciudad de Loja; Efectuar el estudio técnico para determinar el tamaño de la planta, localización y la ingeniería del proyecto; Elaborar un diseño organizacional donde se pueda especificar la base legal y administrativa; Presentar el estudio económico y financiero que incluye la inversión, financiamiento, presupuestos de costos e ingresos, estado de resultados, flujo de caja, la evaluación financiera con la medición del valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de capital, relación beneficio – costo, y análisis de sensibilidad; para determinar la rentabilidad del proyecto.

Para la estructura del proyecto parte con el título; el resumen donde se detallen los principales resultados obtenidos en la investigación, luego el marco teórico donde se encuentra las bases teóricas del proyecto; así mismo se da a conocer la metodología que indica el área de estudio, el enfoque, método, tipo y las técnicas de investigación utilizadas; en los resultados está la tabulación e interpretación de cada pregunta, en la discusión están los estudios: de mercado que

permitió dar a conocer la demanda potencial, real y efectiva, al igual que la oferta, determinando la demanda insatisfecha y el plan comercial; en el estudio técnico se definió el tamaño del proyecto, localización e ingeniería, dentro del estudio técnico está el estudio organizacional para conocer la estructura organizativa y legal y los manuales de funciones; el estudio financiero permitió conocer la inversión que se requiere y determinar las fuentes de financiamiento, también se desarrolló el análisis de costos; y en la evaluación financiera se determinó la factibilidad del proyecto mediante la utilización de cada uno de los diferentes indicadores económicos como el: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio- Costo y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente se hace conocer las conclusiones y recomendaciones de todo el proyecto; agregando la bibliografía que son las fuentes de información utilizadas en el marco teórico; además se adjuntan los anexos que contienen información que dan validez y confiabilidad al trabajo realizado.

## 4. Marco teórico

### 4.1. Marco Referencial

Según Cárdenas (2020) en su trabajo de titulación “Plan de Negocios para la fabricación y comercialización de Snacks suaves para canes” resume lo siguiente:

Gracias a la investigación, muestra la aceptabilidad del snack suave para canes con un 74% de la población que está dispuesta a adquirirlo, también, se conoce que el 54% de los encuestados adquieren snack para perros mensualmente, 35% de manera semanal y 11% de manera trimestral.

Por otra parte, el plan de marketing y ventas buscará la notoriedad de marca, se plantean estrategias comerciales y promocionales basadas en la participación en ferias, eventos y publicidad en redes sociales, además, se analiza el ciclo de vida del producto con una estrategia fuerte de introducción en el primer año del producto con canales directos para distribución, se define el producto en unidades de 150 g con un valor de ventas de \$2,10 con una producción de carácter conservadora de 11.000 (u/mes) representado el 40% de la demanda potencial mediante el uso de la tecnología de extrusión.

Finalmente, del análisis financiero e indicadores económicos para lanzar el snack suave al mercado como un emprendimiento, determina un Valor Actual Neto de \$79.7946 y Tasa Interna de Retorno del 62%, determinando indicadores financieros positivos aceptables para generar la inversión.

Este trabajo se relaciona con la investigación que se va a realizar porque trata temas sobre la producción de galletas que aporten nutrientes y vitaminas para los caninos.

Según Romo (2020) en su trabajo de titulación “Plan de negocios para producción y comercialización de snack natural para perros en la ciudad de Quito” menciona:

Los snacks para perros han tenido una gran acogida en los últimos años, en algunos hogares no les importa gastar considerables cantidades de dinero en sus canes, mientras que otras consideran el costo beneficio.

Por lo que el producto está enfocado en un mercado meta de familias que posean al menos un perro en su hogar, con nivel socioeconómico media y alto y que busquen consentir a su mascota, así como también complementar su alimentación, y nutrirlo.

En cuanto al producto tiene varios atributos como proporcionar vitaminas y minerales, buen pelaje, limpieza dental, etc.; el empaque será una caja de cartón con sus respectivas etiquetas; con un precio de \$4.

La proyección financiera determina que el proyecto es viable porque existen indicadores favorables para el interés de los accionistas, como es el caso de la recuperación de la inversión

inicial que será dentro de 3 años y la rentabilidad superior al costo promedio del mercado y al resto de competidores de su industria.

La tesis antes citada, servirá de referencia en el presente tema de investigación debido a que realiza una investigación sobre la producción y comercialización de snacks para perros.

Según Salcedo (2014) en su trabajo de titulación “Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de galletas y caramelos para mascotas” menciona:

Se realizó una investigación de mercado con la finalidad de obtener resultados de que las personas tienen mayor afinidad por las mascotas. Para el tamaño de la muestra consideró el nivel socioeconómico medio, medio alto, alto. En consecuencia, muestra la aceptabilidad de las galletas con el 91% que estaría dispuesto a adquirirlas. El 63% de las personas estaría dispuesto a adquirir al mes paquetes de 14 a 34 galletas por mascota

En cuanto al producto la empresa elaborará galletas a base de ingredientes de alta calidad que proveen nutrientes necesarios para las mascotas, por esta razón el producto está catalogado como super premium. La estrategia para ingresar al mercado será de diferenciación. Además, el empaque será de bolsas de polipropileno con cierre tipo zipper para conservar el producto, con un contenido neto de 200 g a un precio de \$3,10.

Finalmente, la inversión inicial es de \$95.780, determina un Valor Actual Neto de \$68.187,00 y Tasa Interna de Retorno del 40%, determinando indicadores financieros positivos aceptables para generar la inversión.

## **4.2. Marco Conceptual**

### **4.2.1. Alimentos para mascotas**

La alimentación es esencial para una buena calidad de vida de los caninos. Según Arana et al. (2018) afirman que:

Las personas que tienen canes optan por alimentarlos con ingredientes basados en proteína animal, sin embargo, para un buen equilibrio nutricional necesitan ingerir complementos nutricionales que tengan frutas, cereales y verduras.

En el año 1980 ya se decía que a partir de los lazos que se generaban entre las personas y perros domésticos, estos tenían un metabolismo menos carnívoro, desarrollando así una nutrición parecida a la de los humanos, por esta razón (Walker, 1980) indicó que los perros podrían ser una especie omnívora.

### **4.2.2. ¿Qué es un snack?**

Los Snacks son pequeños pedazos de comida que se le ofrece a las mascotas como premio, aperitivo o simplemente para consentirlos, cómo por ejemplo obedecer la orden específica. (Ramos, 2017)

Existen muchos tipos de snacks, con diferentes sabores, texturas e incluso diferentes tamaños, pero entre unos de los snacks están las galletas, una golosina seca.

#### 4.2.2.1. Tipos de snacks

- **Snacks crujientes:** Las golosinas duras y crujientes, también llamadas galletas para perros.
- **Bocadillos masticables:** Estos son más blandos y útiles para usar durante el entrenamiento debido a su sabor agradable y textura.
- **Snacks deshidratados:** Generalmente son elaborados a partir de carnes, hígado, mariscos, pero también se pueden encontrar snacks de frutas o verduras deshidratadas, por ejemplo, de batata, manzana, banana, calabaza, etc.
- **Partes de animales:** Las orejas de cerdo, las pieles sin curtir, los huesos y las pezuñas son aprovechadas para ser disecadas. Estos pueden ser muy procesados, por lo que hay una mayor probabilidad de que contengan rastros de sustancias químicas peligrosas.
- **Masticables dentales y golosinas con forma de hueso:** Suelen ser recomendados para promover una mejor salud dental, desprenden la placa bacteriana porque son más resistentes y difíciles de masticar. (Leyva, 2022)

#### 4.2.3. Reseña de las galletas

Según Petfood (2018) mencionaron que:

El empresario *James Spratt* introdujo el primer alimento para mascotas elaborado comercialmente en Inglaterra aproximadamente en 1860. Después de ver perros siendo alimentados con galletas sobrantes de un barco, Spratt formuló la primera galleta para perro: una mezcla de sangre de vaca, vegetales, proteína animal y remolacha.

#### 4.2.4. Principales ingredientes para la elaboración de galletas

Existe una infinidad de ingredientes apto para los caninos, pero a continuación se desglosan los ingredientes que serán utilizados para la producción de las nuevas galletas.

##### **Avena**

La avena es rica en nutrientes, como los minerales Calcio, Fósforo Hierro, Zinc Yodo, vitaminas B1, BE, B3 Aminoácidos como Metionina, Lisina, Treonina 10 Beneficios Sensación de saciedad, super fibra, controla el peso, actúa sobre la tiroides, evita cambios bruscos en la glicemia, ideal para perros y gatos con sobrepeso, con hipotiroidismo, y diabetes. (Díaz, 2020).



## **Pollo**

Además de aportar energía al canino también es fuente de proteína. Según (Hutter, 1991). “La proteína de la carne de ave es más digerible que la vacuna. La pechuga molida es excelente para el reinicio de la alimentación sólida luego del ayuno, en animales con trastornos gastrointestinales” (p. 27)

## **Zanahoria**

Existen un sin número de beneficios de la zanahoria en la salud de los canes. Entre ellos, son fuente natural de carbohidratos.

Según Martínez (2021) menciona que los perros pueden comer zanahoria sin ningún problema y tiene muchos beneficios para ellos. El tipo de almidón (amilopectina) de esta verdura es más fácil de digerir para el perro que los que tienen los cereales, por tanto, la zanahoria contiene carbohidratos de fácil asimilación.

Los carbohidratos proporcionan al perro una gran cantidad de energía y, por ende, son esenciales en su alimentación. Una dieta pobre en hidratos de carbono se refleja en la salud del animal, desarrollando patologías y trastornos que pueden llegar a ser graves. Esto es así debido a las funciones de los carbohidratos, las cuales consisten en abastecer de energía tanto a muchos de los tejidos del organismo como al corazón y, en general, al sistema nervioso central. De esta forma, favorecen la salud cardiovascular y, además, previenen la aparición de cáncer.

Al ser la zanahoria una excelente fuente de carbohidratos, es totalmente recomendable incluirla en la dieta del perro para cubrir esta necesidad nutricional, aportar energía y beneficiar la función cardíaca. (López, 2022)

## **Manzana**

La manzana es una fruta muy nutritiva y es conocida por sus múltiples beneficios. Estos son algunos de sus componentes saludables. Según Marín (2023) menciona que la manzana aporta a los perros con:

Vitaminas: destacan la vitamina C, A y ácido fólico, importantes para reforzar las defensas y mejorar la visión y el crecimiento, entre otros.

Minerales: la manzana elimina el sodio de la sangre y lo sustituye por potasio, favoreciendo la presión arterial y mejorando el funcionamiento del corazón. Su contenido en fósforo tiene efectos relajantes, ayudando a dormir mejor. También contiene calcio y magnesio.

### **4.2.5. Estratos Socioeconómicos**

La estratificación consiste en clasificar a las personas de acuerdo a los rasgos socioeconómicos parecidos. Para identificar los grupos socioeconómicos y sus rasgos, el

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), realiza encuestas para conocer la clasificación oficial de estudios sociales, económicos y demográficos (Macas y Ortiz, 2020).

En el Ecuador, existe la Encuesta Nacional de Estratificación del Nivel Socioeconómico, misma que contiene datos para identificar a los grupos socioeconómicos y sus características a través del análisis de dimensiones tales como: vivienda, educación, características económicas, bienes, tecnologías de la comunicación y hábitos de consumo. INEC (2011).

A continuación, se indican los tres estratos socioeconómicos que se consideraron para la investigación. Según el INEC (2011) menciona las siguientes características:

**Clase Alta, pertenecientes al estrato A:** Las características de las viviendas, en cuanto al piso son de duela, parquet, tablón o piso flotante; los hogares disponen de servicio de teléfono convencional, más de 95% dispone cocina con horno, lavadora, dos televisores a color, más del 80% tienen hasta dos vehículos exclusivos para el hogar; en cuanto a la tecnología el 99% cuenta con servicio de internet, computadora de escritorio y portátil, cuatro celulares; en los hábitos de consumo la mayor parte de su vestimenta compran en centros comerciales, utilizan correo electrónico personal, página social, en los últimos tres meses han leído libros; el jefe de hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de post grado; en cuanto a la economía los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas, los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL, el 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

**Clase Media-Alta, pertenecientes al estrato B:** Las características de las viviendas, el 46% de los hogares tienen piso de duela, parquet, tablón o piso flotante; el 97% de los hogares disponen de servicio de teléfono convencional, cocina con horno, lavadora, dos televisores a color, tienen un vehículo exclusivo para el hogar; en cuanto a la tecnología el 81% cuentan con servicio de internet, computadora de escritorio y el 50% tiene computadora portátil, tres celulares; el jefe de hogar tiene un nivel de instrucción superior; en cuanto a la economía el 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio, el 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL, el 47% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin

hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

**Clase Media-Media, pertenecientes al estrato C:** Las características de las viviendas, en cuanto al piso son de cerámica, baldosa, vinil; el 83% de los hogares disponen de servicio de teléfono convencional, el 96% tiene refrigeradora, el 67% tiene cocina con horno, lavadora, dos televisores a color, tienen un vehículo exclusivo para el hogar; en cuanto a la tecnología el 39% cuenta con servicio de internet, el 62% tiene computadora de escritorio y el 21 tiene computadora portátil, en promedio disponen de dos celulares; el jefe de hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa; en cuanto a la economía los jefes de hogar del nivel C se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores; el 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL, el 20% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales.

### **4.3. Fundamentos Teóricos**

#### **4.3.1. Proyecto de Inversión**

Es un plan económico y técnico con lo cual permite resolver un problema del entorno, realizando estudios para conocer si es rentable la inversión. (Padilla, 2011)

Tiene como propósito conocer las ideas de negocio, saber cuáles son los costos e ingresos que estas tienen y de esta manera tomar una decisión acertada para que la inversión sea factible. Existen varias fases las cuales se detallan a continuación:

##### **4.3.1.1. Ciclo de vida de los proyectos de inversión**

**Pre-inversión:** Dentro de esta etapa se realiza una evaluación antes de la inversión, según Pasaca (2017): “consiste en un proceso retro alimentador de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, ajusta, rediseña, etc.” (p. 18). Esta etapa del proceso permite profundizar la información que se tiene sobre la idea de negocio y tener la seguridad de la misma con la finalidad de seleccionar la mejor alternativa.

Según (Pasaca, 2017) existen 4 fases dentro de esta etapa:

- ✓ **Identificación de la Idea:** Se debe reconocer cuales son los problemas o necesidades de las personas, algunos productos y servicios satisfacen al consumidor o al usuario sin embargo otras necesidades no son cubiertas por lo que deben ser aprovechadas para generar una mejor solución.
- ✓ **Fase de Perfil:** Se realiza un estudio previo, se debe tener un criterio más técnico fundamentado en conocimientos, para ejecutar la idea de negocio.

- ✓ **Fase de Prefactibilidad:** Se seleccionan las alternativas más factibles para seguir con el análisis, siempre y cuando se tome la decisión de una alternativa viable tanto en lo económico, social y técnico, al concluir la etapa “los resultados planteen ejecutar el proyecto, postergarlo o abandonarlo definitivamente”
- ✓ **Fase de Factibilidad:** Se realiza un estudio minucioso de la alternativa seleccionada para obtener una comprensión más detallada de los costos y beneficios asociados con su ejecución.

**Inversión:** Luego de haber estudiado las alternativas, se debe decidir en invertir o no en el proyecto.

En esta etapa, es fundamental traducir la planificación teórica en asignar los recursos necesarios. Aquí se materializa el proyecto basándose en los estudios y planificaciones anteriores, se lleva a cabo la construcción o implementación física del proyecto.

**Operación:** Es el período en el cual el proyecto entra en funcionamiento y se comienzan a obtener los beneficios previamente estimados.

#### **Estudio de Factibilidad**

Para Santos (2008) dice que un estudio de factibilidad establece el cierre de los análisis de preinversión, que involucra el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso. Para llevar a cabo el estudio general de factibilidad se requiere analizar tres estudios: de mercado, técnico y financiero.

El estudio de factibilidad se encuentra en la primera etapa de los proyectos de inversión, donde se determina la viabilidad del proyecto para realizar un negocio.

#### **4.3.2. Estudio de mercado**

Es una parte fundamental de la planificación de cualquier proyecto. Es el punto de partida esencial para determinar la viabilidad y el potencial de éxito de la iniciativa. Aquí se identifica la demanda, determina si hay suficiente demanda potencial para el producto o servicio que se planea ofrecer es crucial. Si la demanda es insuficiente o inexistente, el proyecto podría enfrentar dificultades significativas. (Viñan et al., 2018)

Según Jiménez (1997) plantea que: “El estudio de mercado tiene aspectos técnicos, administrativos, institucionales, financieros, evaluación socioeconómica y resumen del estudio” (p. 35).

#### 4.3.2.1. Análisis de la demanda

Proporciona información valiosa para entender la situación actual del mercado y determinar cómo un proyecto o negocio puede satisfacer las necesidades de los consumidores. (Pasaca, 2017)

#### 4.3.2.2. Tipos de demanda

La demanda de un proyecto puede ser analizada desde varios puntos de vista entre los cuales se tienen según Pasaca (2017) los siguientes:

##### **Por su cantidad:**

**Demanda Potencial:** Es la cantidad máxima de bienes o servicios que las personas podrían consumir a utilizar.

**Demanda real:** Son todos los productos y servicios que se consumen o utilizan en la actualidad.

**Demanda Efectiva:** Es el deseo de adquirir un bien o servicio que son requeridos por el mercado. Representa a aquellos demandantes que tiene la intención y capacidad de comprar, también se considera para la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto.

##### **Por su oportunidad:**

**Demanda insatisfecha:** Los productos o servicios que están en el mercado no logran cumplir con las expectativas del mercado, ya sea en calidad, cantidad, precio, etc.

**Demanda satisfecha:** Es la cantidad requerida por el mercado, se realiza lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

#### 4.3.2.3. Oferta

Es la cantidad de productos o servicios que están en el mercado para que los demandantes lo adquieran en un determinado precio, tiempo y lugar. (Baca, 2010)

#### 4.3.2.4. Plan de comercialización

La comercialización del producto es una fase crítica en el ciclo de vida de cualquier producto o servicio, y es esencial para su éxito. La estrategia de comercialización no solo implica la promoción del producto, sino también la gestión de su distribución y posicionamiento en el mercado. (Pasaca, 2017)

##### ✓ **Producto**

Monferrer (2013) indica que, deseos y necesidades se satisfacen a través de productos. Normalmente el término producto sugiere un bien físico, pero por el contrario también están los servicios que son bienes intangibles.

✓ **Precio**

Según Kotler & Armstrong, (2013)

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos más generales, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio. (p. 257)

El precio es el valor monetario que los consumidores tiene que pagar a cambio de obtener algún bien o servicio.

✓ **Plaza**

La plaza es la ubicación física en el cual se va a intercambiar el producto y de esta manera se relaciona con los canales de distribución.

**Canales de Distribución:**

Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos. (Padilla, 2011, p. 79)

✓ **Promoción**

Monferrer (2013) menciona que la promoción de ventas engloba al conjunto de actividades de corta duración dirigidas a intermediarios, vendedores o consumidores que realizan incentivos ya sean económicos o materiales.

**4.3.3. Estudio Técnico**

Según Baca (2010), señala que el estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño de la planta, localización, ingeniería del proyecto, análisis organizativo, administrativo y legal.

**4.3.3.1. Tamaño**

Según Pasaca (2017) "Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, y se mide en unidades producidas por año" (p. 55).

✓ **Capacidad Instalada:**

Para conocer cuál es la participación en el mercado, se parte desde la capacidad que tendrá todo el proceso productivo para producir un producto o realizar un servicio.

Ésta determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. Para su cálculo se considera

los 365 días del año, laborando las 24 horas del día, salvo que las especificaciones técnicas digan lo contrario. (Pasaca, 2017, p. 56)

✓ **Capacidad Utilizada:**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada. (Pasaca, 2017, p. 56)

#### **4.3.3.2. Localización**

Se analiza la ubicación más acertada de la planta de producción porque esta ayuda a satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, esto se debe determinar para reconocer el lugar de utilidad para los resultados de la inversión como para la operación del proyecto.

El estudio de la localización de la planta fabril se realiza en dos niveles: nivel macro, o zona donde se ubicará la planta, y a nivel micro, o el sitio específico (Morales y Morales, 2009)

#### **4.3.3.3. Ingeniería del Proyecto**

Según Baca (2010) el objetivo principal de la ingeniería del proyecto es determinar si un proyecto propuesto es viable desde diferentes perspectivas, incluyendo la técnica, económica, financiera, legal y operativa.

✓ **Componente Tecnológico:**

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura. (Pasaca, 2017, p. 60)

✓ **Infraestructura Física:**

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión. (Pasaca, 2017, p. 63)

✓ **Distribución en Planta:**

La distribución en la planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución ya existente o en una en proyección. (Pasaca, 2017, pp. 63-64)

✓ **Proceso de Producción:**

Se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). (Padilla, 2011, p. 123)

#### **4.3.4. Estudio Organizacional**

##### **Organización Jurídica**

##### **4.3.4.1. Base Legal**

Por lo tanto, toda empresa para su libre operación debe cubrir ciertos requisitos exigidos por la ley como lo expone a continuación (Castañeda, 2008)

**Razón social:** es el nombre con que la empresa estará operando en el mercado de acuerdo a lo que dicta la ley.

**Domicilio:** se debe revelar la zona donde se encuentra ubicada.

**Objeto:** es la razón por el cual se creó y que actividad realiza.

**Capital Social:** es el monto con el cual se puso en marcha las operaciones.

**Tiempo de duración:** es el lapso con el cual se medirán los resultados.

**Representante Legal:** Es una figura fundamental en cualquier empresa u organización. Su función principal es actuar como el representante legal y jurídico de la entidad ante terceros, autoridades y en todas las transacciones legales.

**Acta constitutiva:** es un documento certificador de la constitución legal de la empresa.

##### **4.3.4.2. Estudio administrativo**

El estudio administrativo en un proyecto de inversión es una parte esencial del análisis global del proyecto. Proporciona las herramientas y la guía necesarias para la gestión exitosa del proyecto, y se centra en aspectos relacionados con la administración y organización de los recursos humanos.



#### 4.3.4.2.1. Niveles Jerárquicos

Según (Sánchez, 2016) menciona que representan la estructura de autoridad, dependencia y responsabilidad dentro de la empresa. Estos niveles varían según el tamaño, la naturaleza y la complejidad de la organización

**Nivel directivo:** Es esencial para legislar políticas, crear normas, reglamentos que deben regirse la organización para mejorar cada área de la misma. Es el nivel más alto en la jerarquía, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

**Nivel ejecutivo:** Es el encargado de llevar a cabo la gestión operativa y administrativa de la empresa. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas

**Nivel asesor:** No cuenta con autoridad en ando. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

**Nivel auxiliar o de apoyo:** Este nivel apoya a otros niveles que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

**Nivel operativo:** Se considera el nivel más importante de la empresa, ya que son los responsables directos, desde la producción del producto como la comercialización.

#### 4.3.4.2.2. Organigramas

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. (Padilla, 2011)

**Organigrama estructural:** Es una representación gráfica en forma esquemática que refleja la posición de cada área de la empresa, donde se da a conocer o se destacan las jerarquías, líneas de comunicación, cargos; es una representación resumida visualmente de la distribución de la empresa.

**Organigrama funcional:** Son las funciones que son encargadas según el nivel jerárquico al que pertenecen, de esta manera se evita la duplicidad de funciones.

**Organigrama posicional:** Recoge los nombres de personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

#### 4.3.4.2.3. Manual de Funciones

El Manual de Funciones, es un instrumento de trabajo que emite un conjunto de normas y tareas que deben realizar todos quienes conforman la empresa y que desarrollan actividades específicas, en su elaboración debe estar basado de acuerdo a los respectivos procedimientos,

sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas. (Huancani, 2018)

Según Molina (2015) indica que un manual de funciones se define como la descripción de las actividades relacionadas con el funcionamiento y operación del área correspondiente. Este manual documenta los conocimientos, experiencia y tecnología del área, para hacer frente a sus

retos y funciones, con el propósito de cumplir adecuadamente con su misión.

#### **4.3.5. Estudio Financiero**

El estudio financiero es una etapa crucial en la evaluación de proyectos de inversión. En este estudio se analizan y cuantifican todos los aspectos monetarios relacionados con la implementación y operación del proyecto. Se determina la cantidad de dinero que será necesaria para llevar a cabo el proyecto, esto incluye la inversión inicial para adquirir activos, equipos, infraestructura, entre otros. (Padilla, 2011).

Según (Baca, 2010) con el estudio financiero se pretende

Determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (p. 139)

##### **Presupuesto de Costos:**

El presupuesto de costos es una herramienta crucial en la gestión financiera de cualquier proyecto o negocio. Permite estimar y planificar los costos asociados a la producción o prestación de un producto o servicio. Esto incluye los gastos directos, como materiales y mano de obra, así como los costos indirectos, como los gastos generales y administrativos. (Pasaca, 2017)

##### **Presupuesto de Ingresos:**

El presupuesto de ingresos es una parte esencial de la planificación financiera de cualquier proyecto. Se detallan los ingresos que se anticipan durante un período determinado, y estos ingresos pueden provenir de diversas fuentes como son las ventas de productos o servicios. (Pasaca, 2017)

##### **Presupuesto de Gastos:**

El presupuesto de gastos también puede ser una guía valiosa para evaluar la rentabilidad y la viabilidad del proyecto, ya que permite comparar los costos estimados con los ingresos esperados. Si los gastos proyectados superan los ingresos previstos, puede ser una señal para reconsiderar o ajustar el plan de inversión.

**Flujo de Caja:**

El flujo de caja reviste gran importancia en la evaluación de un proyecto, por lo tanto, se debe dedicar la mayor atención en su elaboración. Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero. (Padilla, 2011, p. 210)

Otro concepto de flujo de caja según Pasaca (2017): “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. Existen dos tipos de flujos de caja, estos son: financiero y económico” (p. 109)

**Estado de Resultados:**

El estado de resultados permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos, se considera los valores a cubrir por efectos de cargas tributarias y otras obligaciones fiscales. (Pasaca, 2017, p. 97)

**Fuentes de Financiamiento:**

Es fundamental identificar y asegurar las fuentes de financiamiento necesarias para llevar a cabo un proyecto de inversión exitosamente. Las fuentes pueden ser tanto internas como externas, y cada una tiene sus propias ventajas y consideraciones. Las fuentes de financiamiento internas son los propios dueños o accionistas de la empresa que están dispuestos a aportar capital para el proyecto y las fuentes de financiamiento externas son entidades financieras privadas son los bancos, cooperativas de crédito y otras instituciones financieras que ofrecen préstamos para proyectos de inversión (Pasaca, 2017).

**Amortizaciones:**

La amortización sea un término económico y contable importante que se utiliza para distribuir el valor de los gastos en el tiempo, especialmente cuando se trata de activos o inversiones a largo plazo.

**Depreciaciones:**

Es la disminución del valor de un activo a medida que se utiliza y se desgasta con el tiempo. Esta pérdida de valor se registra en los estados financieros de una empresa como un gasto y se refleja en la disminución del valor contable del activo. Es importante destacar que los diferentes tipos de activos pueden experimentar depreciación (Pasaca, 2017).

**Valor Actual Neto:**

Es un “procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión” (Padilla, 2011, p. 236) es un indicador de

la rentabilidad del proyecto. Es el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión.

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

Para el cálculo de VAN se realiza de la siguiente manera:

$$VA = FC(1 + i)^{-n}$$
$$VANP = (\sum VA1^n) - \text{Inversión}$$

En donde:

**VANP**= Valor Actual Neto del Periodo

$\sum VA$ = Sumatoria del Valor Actual

**FN**= Flujo Neto

**(1+i)-n**= Factor de actualización

**n**= Número de periodos

#### **Tasa Interna de Retorno:**

La tasa interna de retorno refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. La TIR como también se la conoce se define, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. (Padilla, 2011). Entre los criterios de aceptación de los proyectos según la TIR, se tiene que:

- Si la misma es mayor al costo de oportunidad el proyecto se acepta.
- Si la TIR es menor al costo de oportunidad el proyecto se rechaza
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad el proyecto es indiferente por lo que la decisión de continuar con el proyecto es decisión del inversor.

Se calcula con la siguiente formula la Tasa Interna de Retorno:

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

#### **Periodo de Recuperación de Capital:**

El periodo de recuperación de capital “permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Padilla, 2011, p. 234), es decir este indicador detalla el tiempo en el cual se puede recuperar la

inversión inicial, para el cálculo de este indicador se utiliza los flujos de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = ASI \frac{Inversion - \sum FASI}{FNASI}$$

En donde:

**ASI**= Año que supera la inversión

$\sum FASI$ = Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

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

### **Relación Costo Beneficio (RCB)**

“La relación beneficio costo está definida como la relación entre los beneficios y los costos de un proyecto generalmente a valores actuales. Esto quiere decir, que utilizará una tasa de actualización para descontar los flujos de efectivo” (Stone, 2002, p. 64).

La relación Beneficio-Costo, conduce exactamente a la misma decisión que el VAN, referente a la aprobación de inversiones o proyectos. Y en evaluación de inversiones mutuamente excluyentes, se debe seleccionar aquella cuya Relación B/C, sea mayor, pero, además, aquella que proporcione un VAN más grande.

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

### **Análisis de sensibilidad:**

La finalidad del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes (Pasaca, 2017).

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto

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

$$Dif. R = TIR. O - NTIR$$

$$\%Variación = \frac{TIR. R}{TIR. O} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{\%Variación}{NTIR}$$

En donde:

**NTIR=** Nueva TIR

**TIR.O=** TIR Original o del proyecto

**Tm=** Tasa menos

**DT=** Diferencias de Tasas

**VAN m=** Valor Actual menos

**VAN M=** Valor Actual Mayor

**Dif. TIR=** Diferencia de tasas internas de retorno

## 5. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la siguiente metodología que se explica a continuación:

### 5.1. Área

El trabajo de investigación se desarrolló en el sector urbano de la ciudad de Loja.

**Figura 1.** Mapa de la zona urbana de la ciudad de Loja



Nota: El mapa indica el lugar donde se realizó la investigación

## **5.2. Enfoque**

### **Cuantitativo**

Este enfoque permitió el conocimiento de factibilidad en cada estudio, así como los gustos y preferencias de una muestra de la población segmentada, cuya información se tabuló y presentó en gráficos.

Según (Sampieri, 2014) el enfoque cuantitativo permite la medición de las variables, además que es secuencial y probatorio, estableciendo de manera objetiva patrones de comportamiento de una población.

## **5.3. Método**

Al plantear cual será el enfoque se conoció cual será el método ya que el enfoque y el método están relacionados, por lo tanto, si el enfoque va hacer cuantitativo el método de investigación será deductivo. Se utilizó este método ya que a partir de las premisas generales permitió formular conclusiones específicas. Por medio de este método se realizó la conceptualización general que son parte del proyecto de inversión, para seguidamente lograr el cumplimiento de los objetivos, mediante la determinación del estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio administrativo y estudio financiero, llegando al cálculo de la evaluación financiera lo cual se detalla en el desarrollo del presente proyecto. También se utilizó para determinar el tamaño de la muestra y el número de encuestas utilizadas en el estudio.

## **5.4. Tipo de diseño**

Es un diseño no experimenta porque el en esta investigación no se manipularán deliberadamente las variables, en este tipo de investigación se observan los fenómenos para luego ser analizados; y transversal porque se recolectarán los datos en un tiempo único o en un solo momento

## **5.5. Alcance del diseño**

El tipo de investigación que se utilizó es descriptivo porque analiza, procesa y describe las características relevantes de ciertos grupos, por lo tanto, permitirá medir los gustos y preferencias de los dueños de los caninos al momento de adquirir galletas.

Además, también es exploratoria porque se obtuvo datos que no se han determinado antes, como la cantidad de galletas que requiere el mercado, las características de las galletas, no se ha calculado la inversión, ni costos del emprendimiento.

## **5.6. Técnica**

### **Encuesta**

Para el desarrollo de la investigación se realizó encuestas físicas y digitales con preguntas cerradas, de opción múltiple por medio de la plataforma de Google Forms, dirigido a

las familias de la ciudad de Loja. Cabe mencionar que dicho cuestionario se aplicó primeramente en una prueba piloto, esto con el fin de validar y ajustar a los requerimientos de la investigación.

## 5.7. Población

### Universo

El universo de la investigación se basó en la población de la ciudad de Loja

### Población meta

Para el desarrollo del presente proyecto se enfocó en las familias del área urbana de la ciudad de Loja pertenecientes a la clase social alta, media-alta y media-media que según la clasificación del INEC representan 63,51%, 31,20% y el 5,29%, respectivamente. Como resultado se establece un objetivo de población de 20.900 familias.

**Tabla 1.** *Habitantes según el estrato socioeconómico*

Clase	Porcentaje	Habitantes
Alta	5,29%	4.541,7
Media-Alta	31,20%	26.771,9
Media-Media	63,51%	54.500,0
<b>Total</b>		<b>85.813,57</b>

**Nota:** La presente tabla indican datos recopilados del INEC

### Proyección de la población 2023

Para la proyección de la población se considera únicamente los habitantes de las tres clases socioeconómicas del año 2022 (85.813,57) y la tasa de crecimiento poblacional (2,05%), datos proporcionados por el INEC.

$$Pf = Po. (1 + r)^n$$

$$P_{2023} = P_{2022} (1 + 0,0205)^1$$

$$P_{2023} = 85.813,57(1,0205)^1$$

$$P_{2023} = 87.573 \text{ habitantes}$$

### Familias

Para obtener el número de familias se tomó en consideración que las familias lojanas están integradas por 4,19 miembros, como se detalla a continuación:

$$Pf_{2023} = \frac{87.573}{4,19}$$

$$Pf_{2023} = 20.900 \text{ familias}$$



Para la recolección de información se utilizó la aplicación de una encuesta a una muestra población, extraída de la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra

p= Probabilidad de éxito

N= Población total

q= Probabilidad de fracaso

e= Margen de error (5%)

Z= Nivel de confianza (95%)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 20.900}{0,05^2(20.900 - 1) + 1.96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 21.290}{0,0025(20.899) + 3.8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{20.072,75}{53,20}$$

$$n = 377$$

El tamaño de la muestra según la clase socioeconómica del sector urbano de la ciudad de Loja es de 377 familias, se consideró esta población ya que tienen mayor poder adquisitivo.

### **5.8. Tipo de Muestra**

El tipo de muestra es probabilístico aleatorio simple porque todos los elementos del subgrupo de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

### **5.9. Procedimiento**

1. Para el estudio de mercado fue necesario elaborar los instrumentos de recolección de información luego, se aplicó la encuesta, tanto en google forms como de manera física acudiendo a las veterinarias, supermercados, parques, en búsqueda de los propietarios de mascotas, también se entrevistó a los ofertantes y se pudo observar los diferentes tipos de galletas según su envase, peso, sabor, etc. Posteriormente se realizó la tabulación, análisis e interpretación de la misma.
2. Para realizar el estudio técnico se procedió a definir el tamaño y la localización de la planta, de esta manera se conoció el sector en que estará ubicada la empresa, así mismo se realizó la ingeniería del proyecto y el diseño organizacional donde se estableció como estará formada y cuál será la funcionalidad de la unidad productiva.
3. En el estudio legal y administrativo se indagó cual es la base fundamental para que la empresa pueda funcionar por ello, se analizaron leyes y reglamentos necesarios a considerarse.

4. Seguidamente se realizó el estudio financiero y se analizó las inversiones y el financiamiento, los costos e ingresos, el punto de equilibrio y todos los requerimientos con la finalidad de identificar los aspectos económicos y financieros para operar en la empresa.
5. Posteriormente también se hizo la evaluación financiera tales como: el flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación del capital, relación beneficio costo y análisis de sensibilidad, con el fin de evaluar la rentabilidad de la empresa.
6. Finalmente se elaboró el informe para dar a conocer el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de galletas para perros en la ciudad de Loja, con sus respectivos resultados obtenidos durante la realización del mismo.

## 6. Resultados

### 6.1. Tabulación encuestas a los compradores

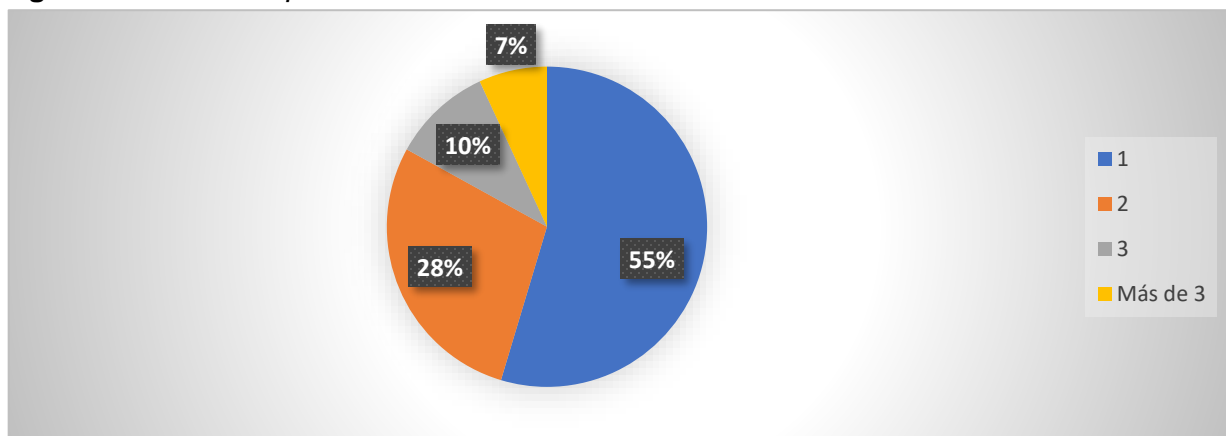
#### Pregunta 1: ¿Cuántos perros tiene en su familia?

**Tabla 2.** Número de perros

Variables	Frecuencia	Porcentaje
1	206	54%
2	107	28%
3	38	10%
Más de 3	26	6%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Investigación a las familias de la ciudad de Loja

**Figura 2.** Número de perros.



**Nota.** La presente figura muestra las cifras como resultado de la investigación a las familias en la ciudad de Loja sobre el número de perros.

**Análisis e Interpretación:** Se corrobora que todos tienen perros, sin embargo, el 54% tiene solo 1 canino y el 28% tiene 2 perros en la familia. Por lo tanto, se puede llegar con el

producto que se pretende producir y comercializar a las familias lojanas porque tienen al menos un perro en su hogar.

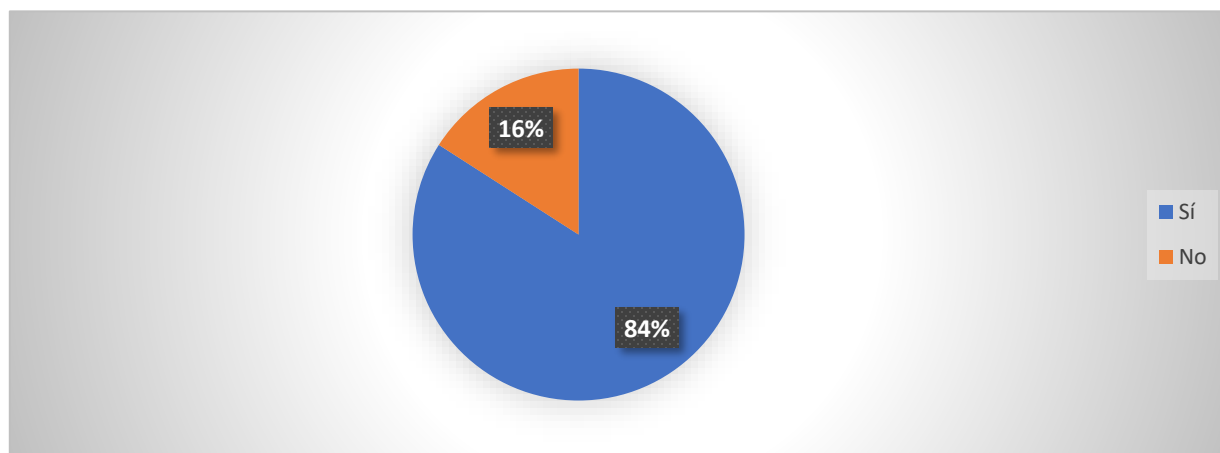
**Pregunta 2: ¿Le da algún tipo de snack a su perro? (bocadillo, aperitivo fuera de su alimentación diaria)**

**Tabla 3. Adquisición de los snacks**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	317	84%
No	60	16%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 3. Adquisición de los snacks**



**Nota.** Representa el porcentaje de las familias que ofrecen snack a su canino

**Análisis e Interpretación:** En cuanto a la adquisición de snacks para perros, se obtuvo que el 84% ofrece este producto a su mascota y el 16% menciona que no. Con esta información, en cuanto al gusto por adquirir snacks para perros se determina, la **demanda potencial** del producto que se quiere implementar. Los que mencionaron que no, se los dirigió a la pregunta 11 para conocer si estarían dispuestos a adquirir el nuevo producto.

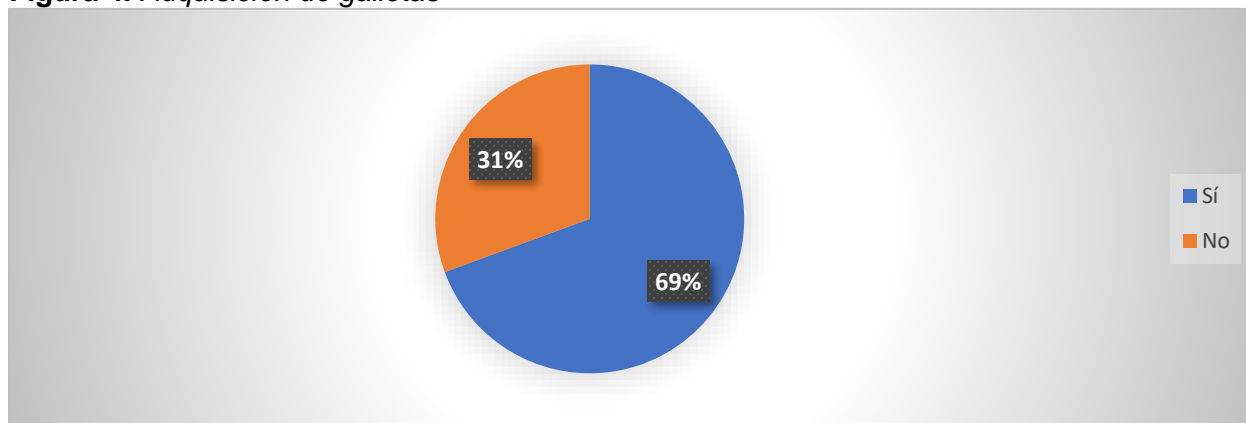
**Pregunta 3: ¿Ofrece a su perro galletas tipo snack?**

**Tabla 4. Adquisición de galletas**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	220	69%
No	97	31%
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Datos obtenidos del resultado investigación aplicada a las familias en la ciudad de Loja sobre la adquisición de galletas.

**Figura 4. Adquisición de galletas**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre la adquisición de galletas.

**Análisis e Interpretación:** En cuanto a esta pregunta, se ha determinado que el 69% de las familias que les dan snack ofrece a su perro galletas, con este dato se puede definir la **demanda real**, demuestra que el dueño del canino compra galletas para el consumo de su mascota. El 31% que dijeron que no se los dirigió a la pregunta 11 para conocer si estarían dispuestos a adquirir el nuevo producto.

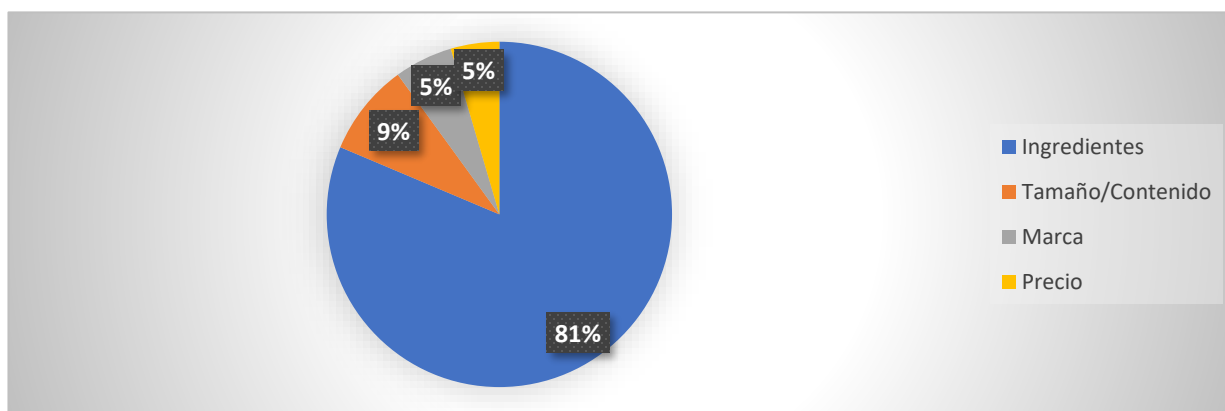
**Pregunta 4: ¿Qué características considera importantes al comprar las galletas?**

**Tabla 5. Características**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Ingredientes	179	81%
Tamaño/Contenido	19	9%
Marca	12	6%
Precio	10	5%
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 5. Características**



**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Análisis e Interpretación:** La característica o el factor más importante que toman en cuenta cuando eligen las galletas son los ingredientes con el 81%; seguido del 9% que manifiesta

que es el tamaño. Se considera estas características las más relevantes porque tienen el mayor porcentaje y por ende se deberá tomar en cuenta al realizar el nuevo producto.

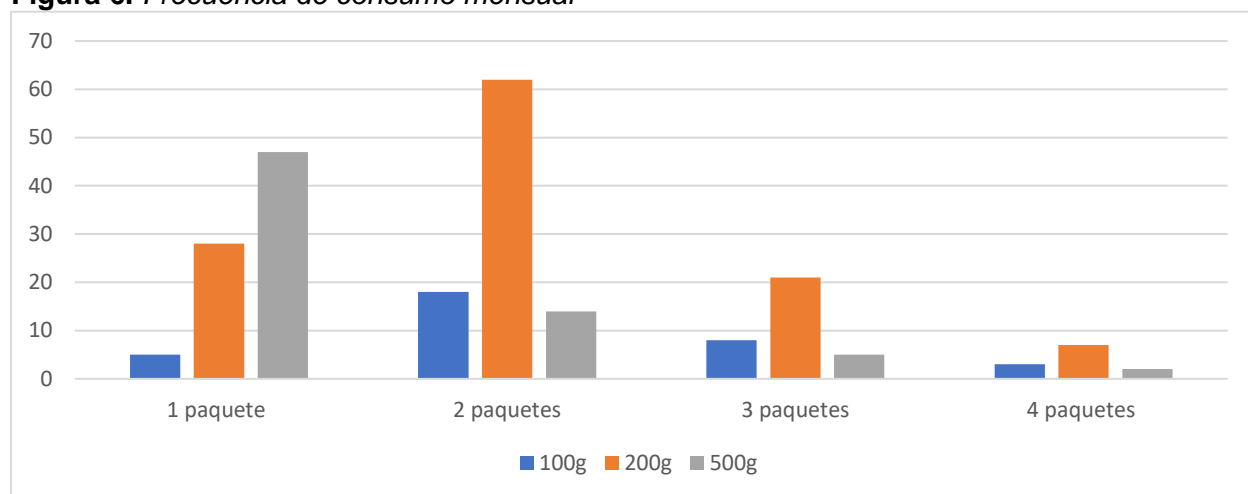
**Pregunta 5: Señale la cantidad de paquetes que compra mensualmente según el contenido en gramos.**

**Tabla 6.** Frecuencia de consumo mensual

Cantidad	1 paquete	2 paquetes	3 paquetes	4 paquetes	Frecuencia
100 g	5	18	8	3	34
200 g	28	62	21	7	118
500 g	47	14	5	2	68
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>94</b>	<b>34</b>	<b>12</b>	<b>220</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 6.** Frecuencia de consumo mensual



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre la frecuencia de consumo mensualmente

**Análisis e interpretación:** En la investigación realizada se determinó que las familias adquieren con mayor frecuencia paquetes de galletas con un contenido total de 200 gr. Con esta información da la pauta de cuál será la presentación de las nuevas galletas que se pretende producir y comercializar.

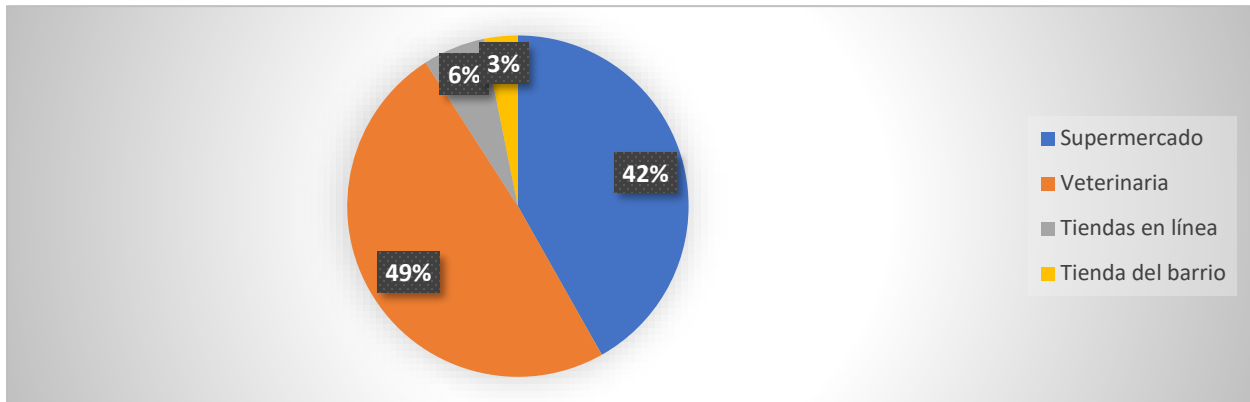
**Pregunta 6: ¿Dónde adquiere las galletas?**

**Tabla 7.** Lugar de adquisición

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	92	42%
Veterinaria	108	49%
Tiendas en línea	13	6%
Tienda del barrio	7	3%
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 7. Lugar de adquisición**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el lugar de adquisición de las galletas para perros.

**Análisis e Interpretación:** El 49% de las familias adquiere las galletas en las veterinarias, luego el 42% en el supermercado. Por tal motivo se ve reflejado la preferencia en cuanto a la plaza donde mayormente frecuentan para adquirir el producto.

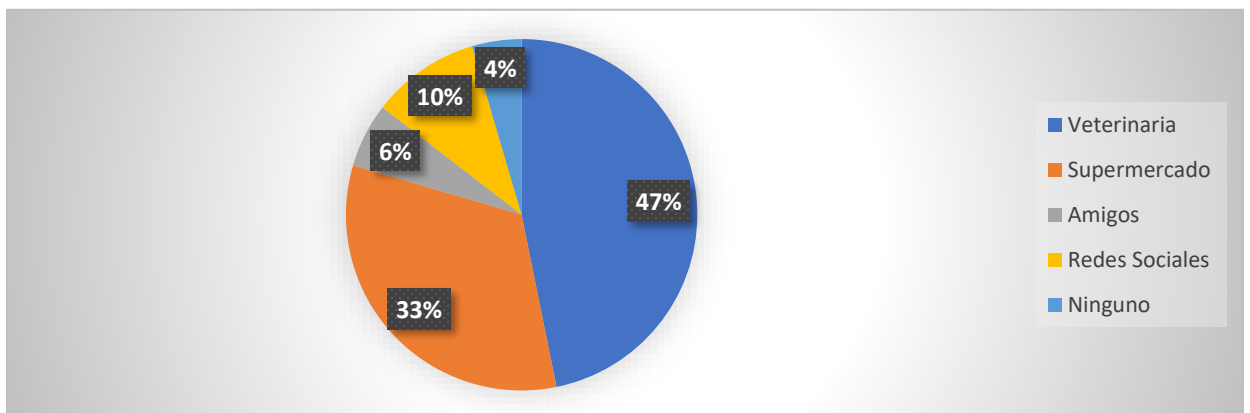
**Pregunta 7: ¿Por qué medios de información se enteró de las galletas que adquiere?**

**Tabla 8. Medios de información**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Veterinaria	103	47%
Supermercado	72	33%
Amigos	13	6%
Redes Social	22	10%
Ninguno	10	5%
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 8. Medios de información**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre los medios de información.

**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la información obtenida, el 47% mencionan que el medio por donde se enteró de las galletas fue en el veterinario, el 33% en el supermercado, el

6% por amigos y el 22% a través de redes sociales. Se concluye que las marcas de galletas que actualmente adquieren no realizan una buena gestión para informar más sobre el producto.

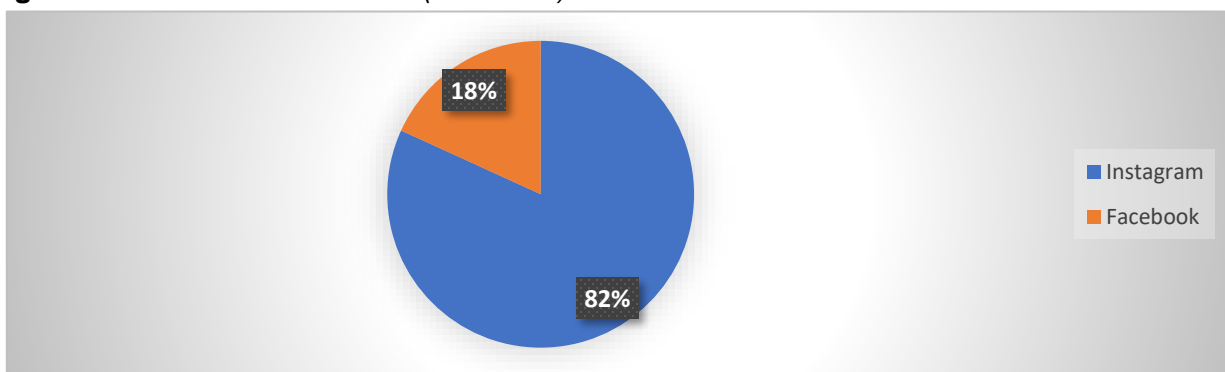
**Pregunta 8: ¿Cuál es el nombre de la red social por donde se informó de las galletas que actualmente compra?**

**Tabla 9.** Medios de información (Red Social)

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	18	82%
Facebook	4	18%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 9.** Medios de información (red social)



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre las redes sociales como medio de información

**Análisis e Interpretación:** En relación con la pregunta anterior la red social por donde se informaron de las galletas es en Instagram con el 82% y Facebook con el 18%.

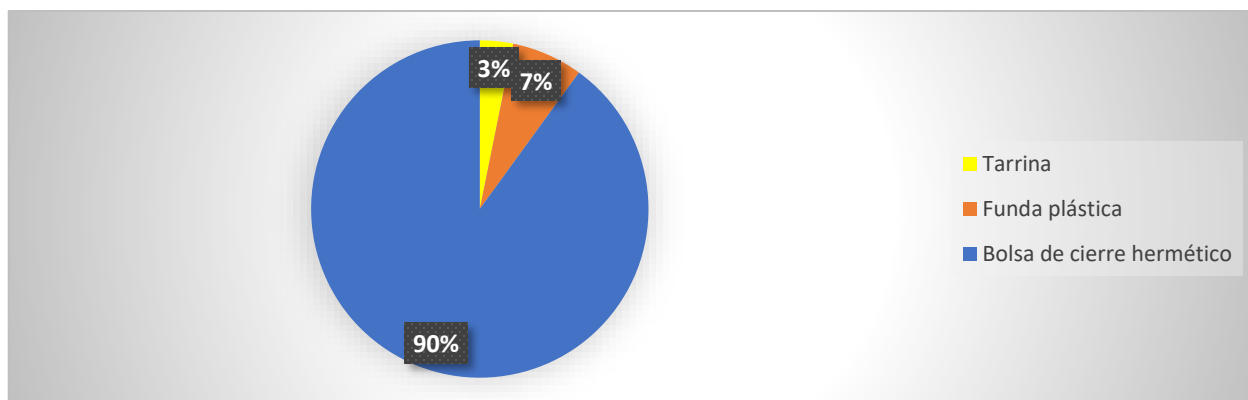
**Pregunta 9: ¿En qué tipo de envase adquiere las galletas?**

**Tabla 10.** Envase

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Tarrina	7	3%
Funda	15	7%
Bolsa cierre hermético	198	90%
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 10. Envase**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el envase que adquieren

**Análisis e Interpretación:** El envase de las galletas que adquieren en la actualidad es la bolsa de cierre hermético, según manifestó el 90% de las familias, el 7% mencionó que el producto que adquieren está en funda y el 3% en tarrina. Siendo esto un indicio de las preferencias de los clientes.

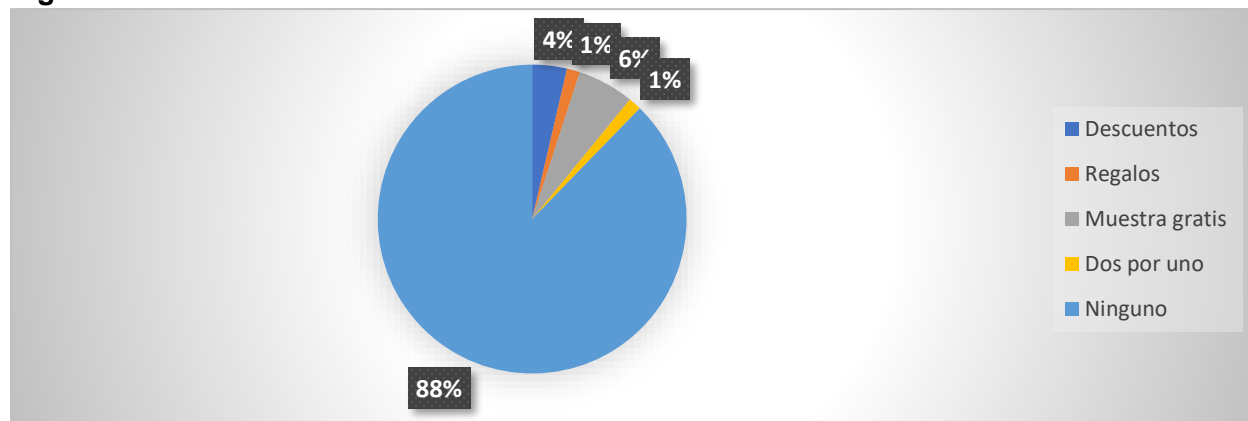
**Pregunta 10: Señale el tipo de promoción que ha recibo.**

**Tabla 11. Promoción**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	8	4%
Regalos	3	1%
Muestras gratis	13	6%
Dos por uno	3	1%
Ninguno	193	88%
<b>Total</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 11. Promoción**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el envase que adquieren

**Análisis e Interpretación:** El 88% dijo que no han recibido ningún tipo de promoción, lo que se deduce que el cliente no ha recibido ninguna motivación por adquirir el producto.



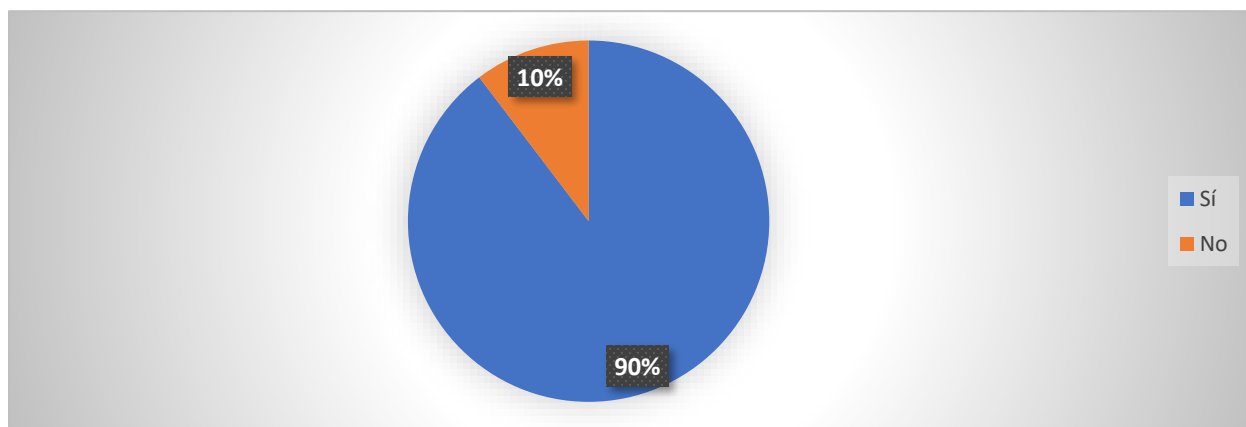
**Pregunta 11: En caso de crear una empresa para producir y comercializar galletas para perros en la ciudad de Loja ¿estaría dispuesto(a) a comprar**

**Tabla 12. Disposición de compra**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	338	90%
No	39	10%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja.

**Figura 12. Disposición de compra**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre si estaría dispuesto a adquirir el producto en caso de que se implementara una nueva unidad productiva de galletas para caninos.

**Análisis e Interpretación:** La capacidad de adquirir una nueva marca de galletas es del 90% afirmativa y el 10% no está dispuesto adquirir el producto. Los dueños de caninos que manifestaron estar dispuestos en comprar el nuevo producto ayudarán a determinar la **demanda efectiva**.

En esta pregunta respondieron cada una de las personas que tienen por lo menos un perro, sin embargo, actualmente no todos ofrecen galletas a su mascota, pero se les informó de todos los beneficios que contienen las nuevas galletas para dar contestación a la pregunta.

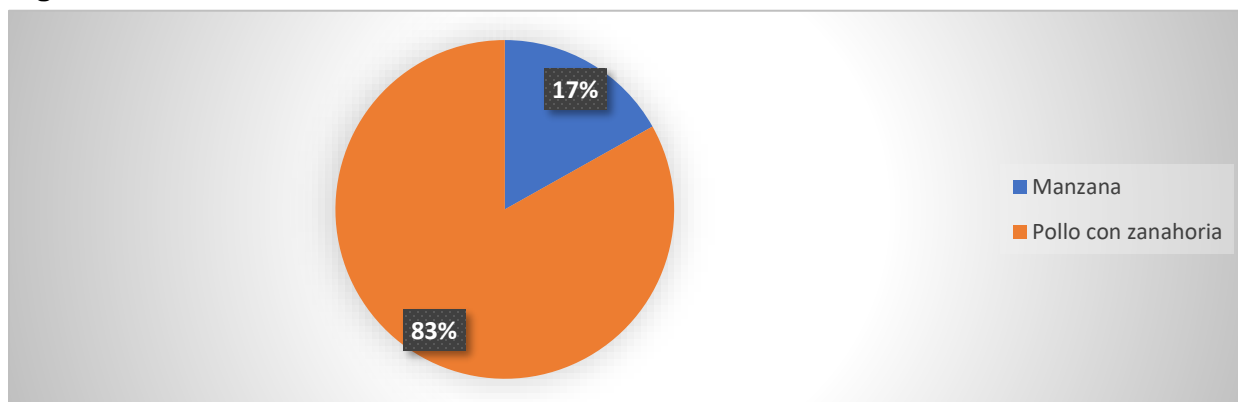
**Pregunta 12: Seleccione el sabor de las galletas que desearía para su canino.**

**Tabla 13. Sabor**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Manzana	57	17%
Pollo con Zanahoria	281	83%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 13. Sabor**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el sabor que prefieren de las galletas

**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a las preferencias que desearían en cuanto al sabor de las galletas, el 83% dijeron que quieren de pollo con zanahoria, el 17% desean de manzana. Se tomará en cuenta el de mayor porcentaje para la producción y comercialización de las nuevas galletas.

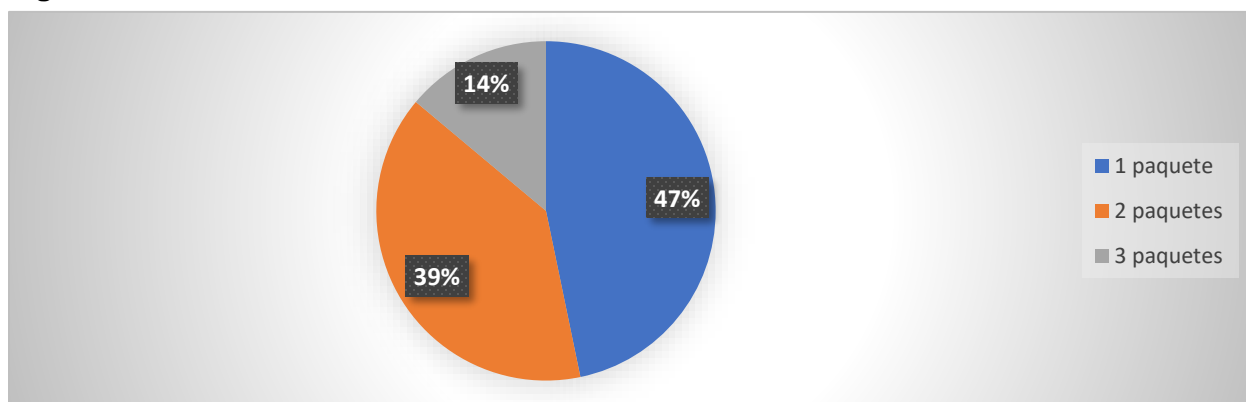
**Pregunta 13: ¿Cuántos paquetes que contienen 20 unidades con peso total de 200g compraría mensualmente?**

**Tabla 14. Cantidad de consumo mensual**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
1 paquete	158	47%
2 paquetes	133	39%
3 paquetes	47	14%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 14. Cantidad de consumo mensual**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el consumo ideal mensual de este producto

**Análisis e Interpretación:** El 47% de las familias señalaron que mensualmente adquirirían 1 paquete de 200 g de 20 unidades; el 39% prefiere 2 paquetes; 14% dijo que mensualmente comprarían 3 paquetes.

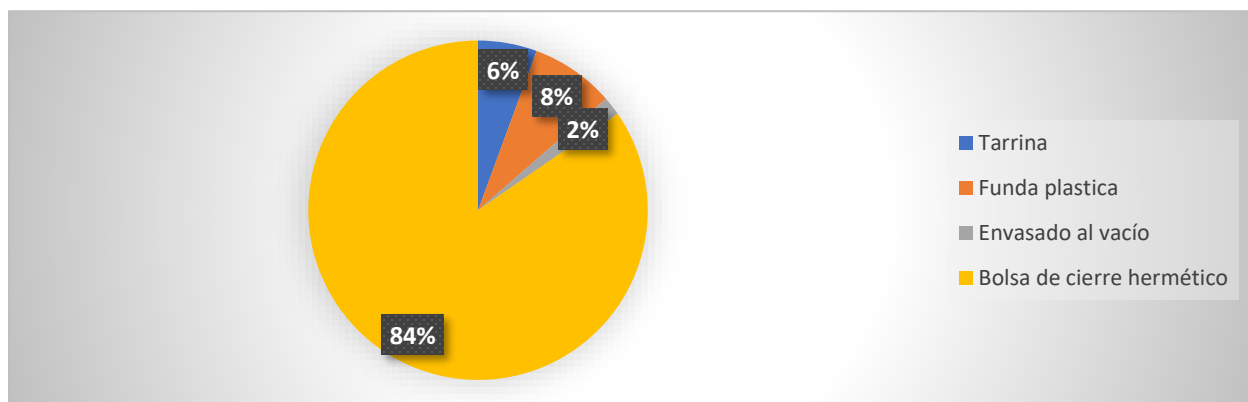
**Pregunta 14: ¿En qué tipo de envase le gustaría comprar las galletas?**

**Tabla 15. Envase de preferencia**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Tarrina	19	6%
Funda	27	8%
Envasada al vacío	6	2%
Bolsa cierre hermético	286	84%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja.

**Figura 15. Envase de preferencia**



**Nota:** La presente figura muestra las cifras sobre el tipo de envase para las galletas de caninos

**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos, estarían dispuestos a adquirir el producto; el 84% tiene preferencia en la bolsa de cierre hermético; el 8% prefiere funda y el 6% en tarrina. Estos resultados sirven de referente para el diseño del envase de las galletas, aspecto importante porque el producto al estar en el envase de mayor preferencia se conserva mejor.

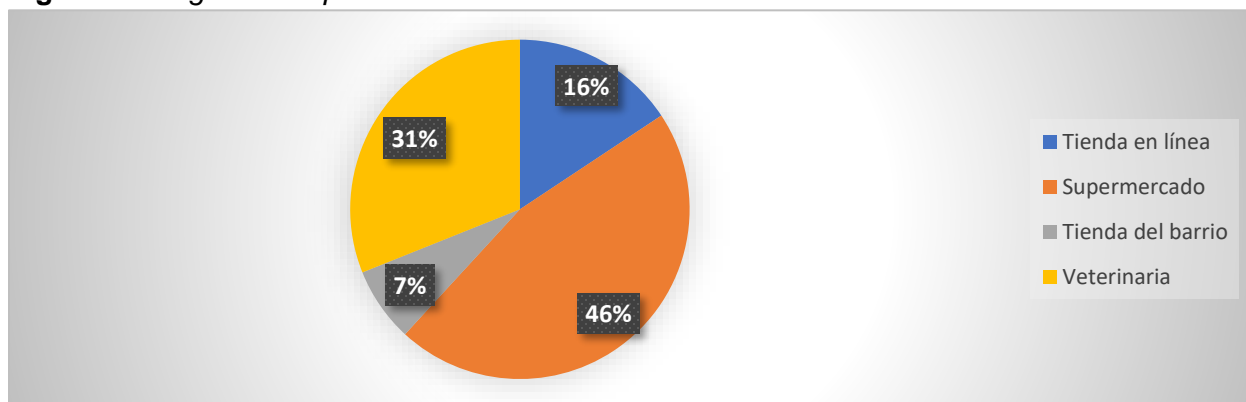
**Pregunta 15: ¿Dónde le gustaría adquirir las galletas?**

**Tabla 16. Lugar de adquisición**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	156	46%
Veterinaria	105	31%
Tiendas en línea	53	16%
Tienda del barrio	24	7%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 16. Lugar de adquisición**



**Nota.** La presente figura muestra las sobre el lugar ideal para adquirir las galletas para caninos

**Análisis e Interpretación:** Con respecto a los resultados de la distribución o lugar para adquirir las galletas para perros se obtuvo, el 46% de las familias estaría dispuesto a adquirir el producto en supermercados, el 31% en veterinarias, el 16% en tienda en línea y el 7% en tiendas del barrio. Por lo tanto, el supermercado será el punto de venta de las galletas, seleccionando estratégicamente a la misma con el fin de obtener un mayor número de ventas del producto, tomando en cuenta la ubicación, reconocimiento, etc.

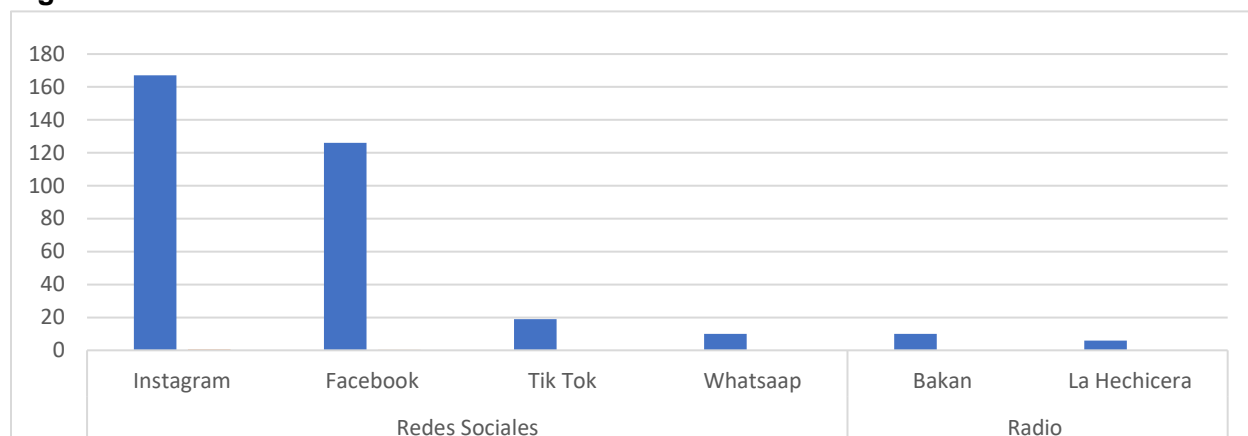
**Pregunta 16: ¿Por qué medios le gustaría recibir información de las nuevas galletas?**

**Tabla 17. Medios de información**

Variables	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	Instagram	167	49%
	Facebook	126	37%
	Tik Tok	19	6%
	Whatsapp	10	3%
Radio	Bakan	10	3%
	La Hechicera	6	2%
<b>Total</b>		<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 17. Medios de información**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre los medios para dar a conocer el producto.

**Análisis e Interpretación:** En cuanto a los datos obtenidos, las familias prefieren informarse mayormente por medio de redes sociales, el 49% menciona que, en Instagram, el 37% por Facebook; también mencionaron por radio, ya sea por La Hechicera o Bakana, pero estos tienen un menor porcentaje. Por lo cual esta información ayudará a elegir el medio que mayor frecuentan para realizar estrategias de publicidad.

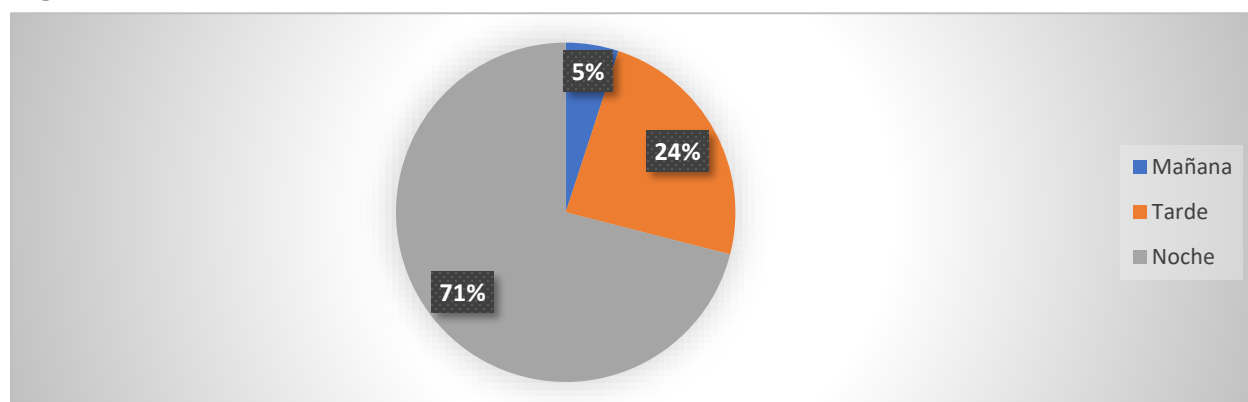
**Pregunta 17: ¿En qué horario con más frecuencia utiliza el medio de comunicación antes mencionado?**

**Tabla 18. Horario de uso de los medios de información**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	17	5%
Tarde	81	24%
Noche	240	71%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 18. Horario de uso de los medios de información**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el horario de los medios de información

**Análisis e Interpretación:** En relación con la pregunta anterior el horario que utilizan con mayor frecuencia es en la noche con un 71%, luego en la tarde con el 24% y el 5% en la mañana. En conclusión, este será un parámetro importante, ya que permite conocer cuándo y qué momento del día la población objeto de estudio los utiliza con mayor frecuencia.

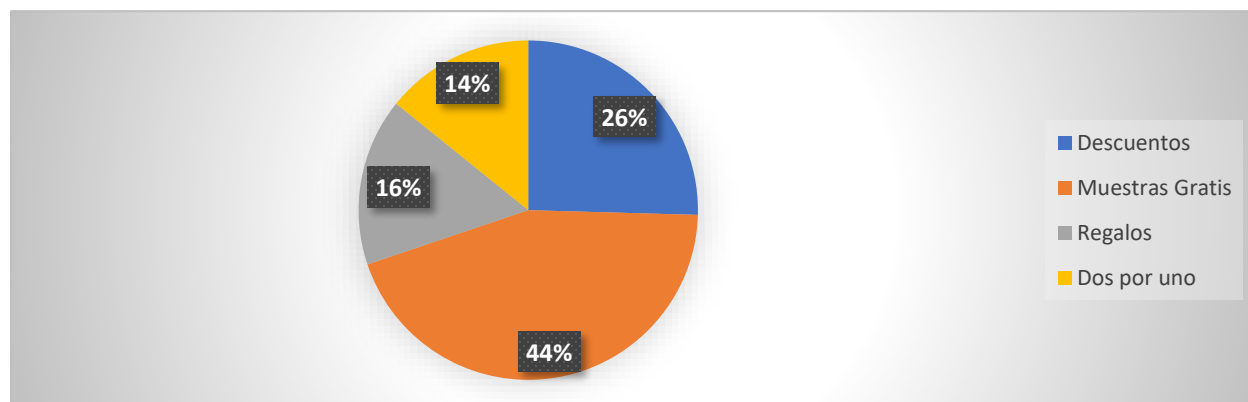
**Pregunta 18: ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?**

**Tabla 19.** Promociones que le gustaría recibir

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	86	26%
Regalos	54	16%
Muestra gratis	150	44%
Dos por uno	48	14%
<b>Total</b>	<b>338</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Datos obtenidos en la investigación de mercado a las familias de Loja

**Figura 19.** Promociones que le gustaría recibir



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre las promociones de preferencia

**Análisis e Interpretación:** Las promociones que consideran más atractivas para el nuevo producto de galletas para perros son las muestras gratis con el 44%, el 26% descuentos, regalos el 16% y el 14% dos por uno. Con estos datos se establecerá los requerimientos de los futuros clientes, porque a través de ésta va a generar expectativas, y llamar la atención, incitándolos a comprar el producto con incentivos.

**6.2. Resultados de la oferta**

Es necesario mencionar que, para dar a conocer los resultados de la investigación de mercado realizado a los ofertantes de galletas para caninos en la ciudad de Loja se realizó una segmentación geográfica en las zonas donde se encuentra la mayor cantidad de establecimientos que comercializan este producto, los cuales fueron debidamente tabulados y por consiguiente representados de manera gráfica con sus respectivos análisis e interpretaciones.

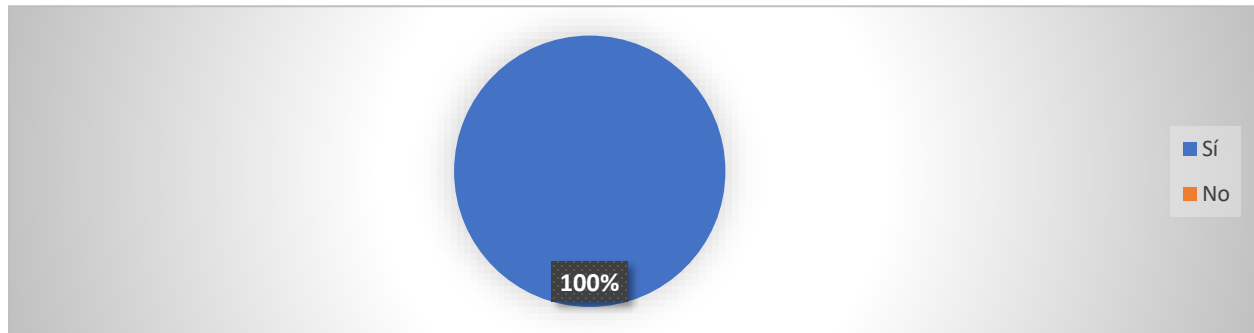
### Pregunta 1: ¿Comercializa galletas para perros?

**Tabla 20.** Venta de galletas para perros

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 20.** Venta de galletas



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre la comercialización de las galletas

**Análisis e Interpretación:** El 100% mencionaron que, si comercializan este producto, por lo tanto, son nuestra competencia directa.

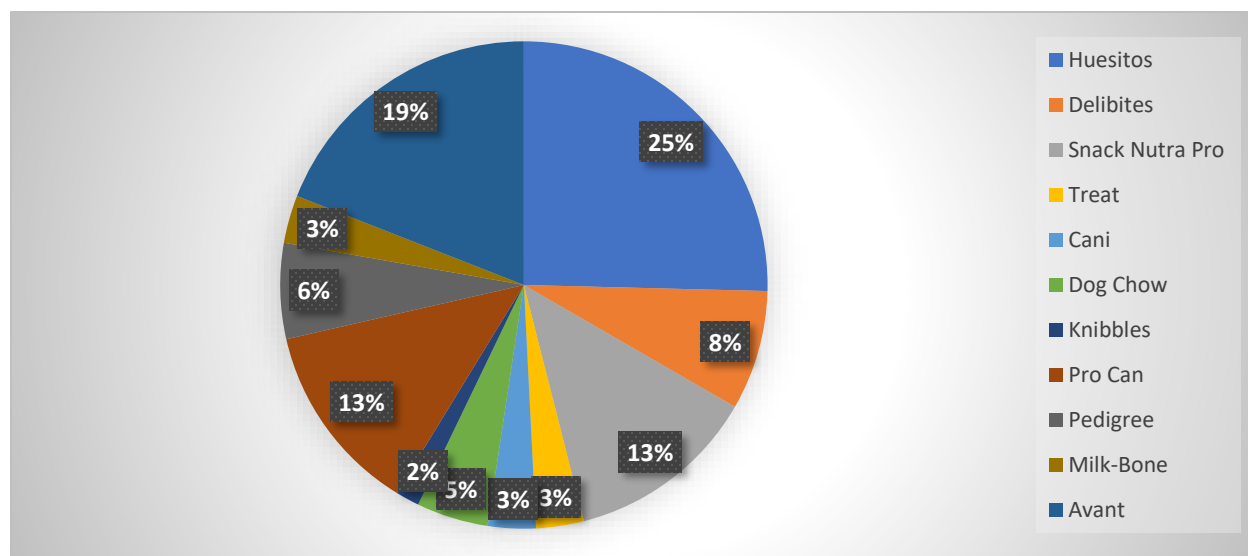
### Pregunta 2: ¿Qué marcas de galletas comercializa?

**Tabla 21.** Marcas que comercializa

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Huesitos	16	25%
Delibites	5	8%
Snack Nutra Pro	8	13%
Treat	2	3%
Cani	2	3%
Dog Chow	3	5%
Knibbles	1	2%
Pro Can	8	13%
Pedigree	4	6%
Milk-Bone	2	3%
Avant	12	19%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 21. Marcas que comercializan**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre las marcas de galletas para perros.

**Análisis e Interpretación:** Como se muestra en la gráfica, cada uno de los ofertantes comercializan diferentes marcas de galletas. Al observar la variedad de este producto se puede deducir que, al implementar la nueva empresa se tendrá gran porcentaje de competencia.

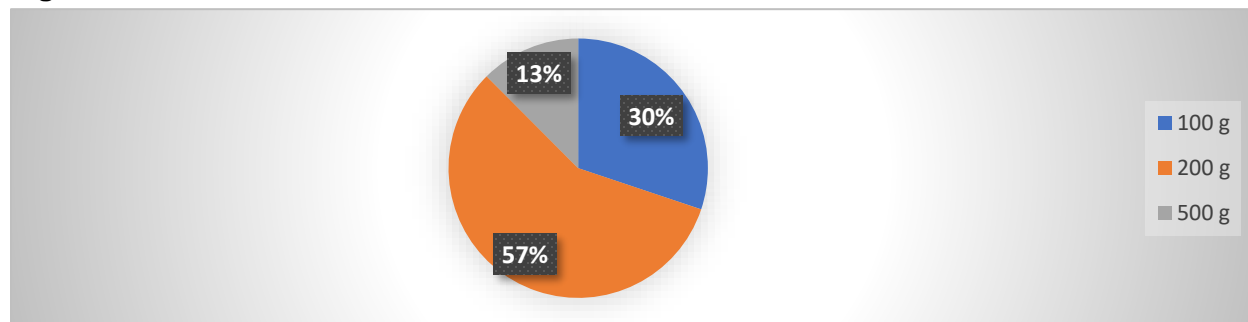
**Pregunta 3: Señale la cantidad de paquetes que vende mensualmente según el contenido en gramos.**

**Tabla 22. Cantidad de comercialización**

Cantidad	Paquetes	Porcentaje
100 g	145	30%
200 g	276	57%
500 g	60	13%
<b>Total</b>	<b>481</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 22. Cantidad de comercialización**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre la cantidad de los paquetes que venden

**Análisis e Interpretación:** El 57% de los ofertantes manifiestan que mensualmente venden paquetes de 200 gramos, el 30% venden 100 gramos y el 13% mensualmente vende



500 gramos. En conclusión, se puede conocer cuál es la preferencia en cuanto a cantidad que adquieren para los caninos

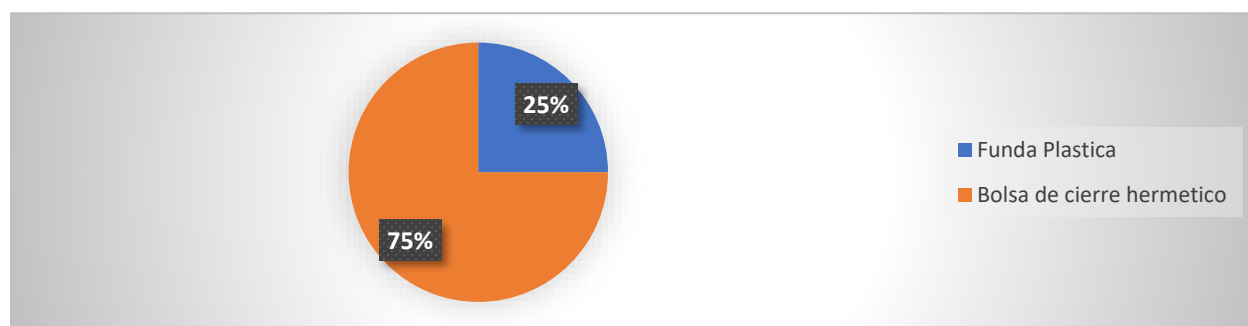
**Pregunta 4: ¿Qué tipo de envase es el más adquirido por el cliente?**

**Tabla 23.** *Tipo de envase*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Funda Plástica	5	25%
Bolsa de cierre hermético	15	75%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 23.** *Tipo de envase*



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre el envase en que comercializan las galletas

**Análisis e Interpretación:** Con los resultados aplicados a la población objeto de estudio se tuvo que el 25% de los ofertantes venden las galletas en funda plástica y el 75% la venta del producto es en bolsa de cierre hermético. Por lo tanto, nuevamente se corrobora la preferencia que tiene la demanda en cuanto al envase.

**Pregunta 5: ¿Qué porcentaje de ventas ha incrementado desde el año 2019 al 2022?**

**Tabla 24.** *Porcentaje de ventas*

Variables	Frecuencia	Porcentaje
2019	6%	15%
2020	5%	13%
2021	13%	33%
2022	16%	39%
<b>Total</b>	<b>40%</b>	<b>100%</b>

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

**Análisis e Interpretación:** Con los resultados aplicados a la población objeto de estudio se tuvo que, año a año fueron incrementando su porcentaje de ventas, durante los últimos 4 años tuvo un promedio de ventas del 10%.

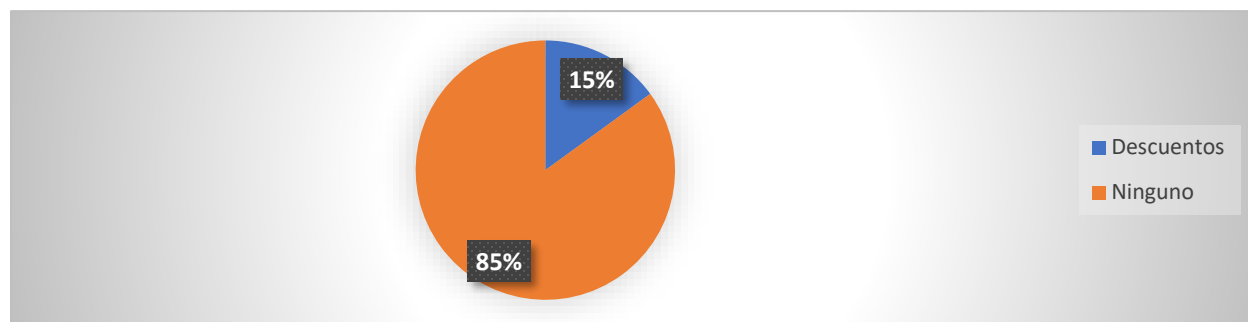
**Pregunta 6: ¿Qué promociones recibe de sus proveedores por la venta de las galletas de 200 gr?**

**Tabla 25.** Promociones de proveedores

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	3	15%
Ninguno	17	85%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 24.** Promociones de proveedores



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre las promociones obtenidas

**Análisis e Interpretación:** Con los resultados, aplicados a los oferentes, se tuvo que el 85% mencionan que no han recibido ningún tipo de promociones, mientras que el 15% señalan que si han recibido ciertos tipos de promociones como descuentos. Por lo tanto, se considera que no se tienen buenas estrategias de comercialización por parte de las empresas que comercializan este producto.

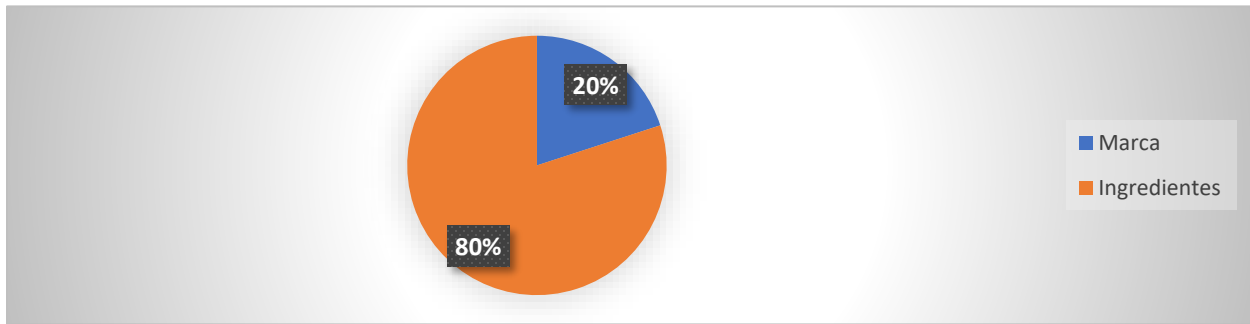
**Pregunta 7: ¿Qué observa en las galletas para vender este producto?**

**Tabla 26.** Características

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Marca	4	20%
Ingredientes	16	80%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

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

**Figura 25. Características**



**Nota.** La presente figura muestra las cifras sobre las características para la venta.

**Análisis e Interpretación:** El 80% de los ofertantes se fijan en los ingredientes para poder comercializar el producto y el 20% menciona que en la marca. Por ende, estas son las dos preferencias que observan para proveerse de las galletas.

## **7. Discusión**

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

El estudio de mercado para la implementación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros ayudó a obtener información sobre los gustos y preferencias del consumo y compra de galletas para perros, donde se analizaron factores como: la demanda, la comercialización y la oferta.

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

El producto que se elaborará son las galletas para perros, es un snack que se obtiene netamente de ingredientes como proteínas y verduras.

La producción de las galletas es un proceso sencillo y de bajo costo que permite obtener un snack con componentes que beneficien a la salud de los caninos. La producción de galletas requiere de un equipo sencillo y con una rigurosa medida de bioseguridad.

##### **7.1.1.1. Características de las galletas para perros**

- Contiene un elevado valor nutricional
- No contiene saborizantes.
- No contiene colorantes

##### **7.1.1.2. Beneficios de las galletas**

Las galletas tienen varios beneficios al estar elaborados con ingredientes a base de proteínas y verduras.

- A los caninos les proporciona energía.
- Fuente de ácidos grasos que son buenos para la piel y pelaje.
- Antioxidantes, fibra y ayuda al sistema digestivo.

### **7.1.1.3. Uso de las galletas para perros**

Los snacks son deliciosos bocadillos utilizados para recompensar a los caninos aquellos momentos especiales, como cuando realiza algún truco, atiende alguna orden o se porta bien en una situación que lo amerite. También se utilizan como refuerzos para el fortalecimiento del sistema inmunológico, la prevención de enfermedades periodontales, la disminución de peso, el control de la ansiedad y otros problemas de salud.

### **7.1.2. Producto Secundario**

En esta propuesta no se obtiene ningún producto adicional proveniente del producto principal.

### **7.1.3. Producto Sustituto**

Como productos sustitutos de las galletas, se pueden mencionar todos los diversos tipos de snacks para perros que se encuentran en el mercado, como: huesos, proteínas disecadas, enlatados; las mismas que varían por su elaboración, materia prima y valor nutricional.

### **7.1.4. Productos Complementarios**

Las galletas no contienen productos complementarios ya que este es un aperitivo para ofrecerles en ciertas ocasiones del día.

### **7.1.5. Mercado Demandante**

Para el desarrollo de la investigación, primero se realizó la segmentación geográfica seleccionando a la ciudad de Loja, posterior a ello, se efectuó una segmentación demográfica, al no tener datos específicos sobre el número de familias que tienen perros en su hogar, se tomó en cuenta tres estratos socioeconómicos ya que tienen mayor posibilidad económica para dar snacks a sus perros

El mercado demandante de las galletas son las familias de la ciudad de Loja según el estrato socioeconómico, tales como la clase social media-media, media-alta y alta que, según el cálculo de la población con datos del INEC, el número de familias es de 20.900 según los tres estratos socioeconómicos.

Una vez realizado el proceso para conocer la población objeto de estudio se procedió hacer los cálculos correspondientes para determinar la demanda que tendría este producto en la ciudad de Loja.

### 7.1.5.1. Análisis de la Demanda

#### Demanda Potencial

La demanda potencial hace referencia principalmente a la cantidad de galletas para perros que adquirirán en el mercado, en este caso aquellos que estarían en capacidad de comprar las galletas. La demanda potencial es calculada a partir de la pregunta 2 de la investigación realizada a las familias lojanas, en donde se averigua si le da algún tipo de snack a su perro, obteniendo que el 84% sí lo hace (ver tabla 3)

**Tabla 27.** Demanda Potencial

Familias según el estrato socioeconómico	20900
Porcentaje de familias que dan snacks para perros	84%
<b>Total, de demanda potencia</b>	<b>17.577</b>

**Nota:** La presente tabla muestra el total de la demanda potencial

**Tabla 28.** Compra anual de galletas para perros

Variable	Frecuencia de compra	Compra mensual de galletas	Compra anual de galletas
1 paquete	158	158	1896
2 paquetes	133	266	3192
3 paquetes	47	141	1692
<b>Total</b>	<b>338</b>		<b>6780</b>

**Nota.** La presente tabla muestra los datos de la tabla 14 que se usa para determinar el promedio de compra

**Compra Promedio Año=** Total Anual / N

**Compra Promedio Año=** 6780 / 338

**Compra Promedio Año=** 20

**Descripción:** Para la compra mensual de galletas para perros se toma en consideración los cálculos a partir de la investigación de mercado, donde la frecuencia de compra se multiplica por la cantidad de paquetes, así se obtendrá la compra mensual y el total se multiplica por 12 meses que tiene el año para cada variable de paquetes y de esta manera se obtiene la compra anual. Finalmente, al total de compra anual se divide para el promedio de aceptación de familias (6780/338=20 paquetes).

## Proyección de la demanda potencial

**Tabla 29.** Proyección de la Demanda Potencial

<b>Años</b>	<b>Población total 2,05%</b>	<b>Población por familia 4,19</b>	<b>Demandantes potenciales 84%</b>	<b>Promedio de compra anual</b>	<b>Demanda potencial en paquetes de 20 galletas peso 200g</b>
0	87.573	20.900	17.577		351.545
1	89.368	21.329	17.938		358.752
2	91.200	21.766	18.305		366.106
3	93.070	22.212	18.681	20	373.611
4	94.978	22.668	19.064		381.270
5	96.925	23.132	19.454		389.086

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

### Descripción:

Para el cálculo de la demanda se utilizó el número de familias por estrato socioeconómico de la ciudad de Loja que para el año 2023 es de 20.900 familias el cual va aumentando según la tasa de crecimiento poblacional que es de 2,05%, entonces, el número de familias es multiplicado por el porcentaje de familia que si compran galletas para perros según la investigación y para finalizar se procede a multiplicar por los 20 paquetes que es el promedio de compra anual por las familias para obtener la demanda potencial.

### Demanda Real

La demanda real se refiere a los paquetes de galletas para perros que actualmente adquieren las familias en la ciudad de Loja.

**Tabla 30.** Demanda Real

Demandantes Potenciales	17.577
Porcentaje de familias que adquieren galletas para perros	69%
<b>Total, demandantes reales</b>	<b>12.199</b>

**Nota.** La presente tabla muestra el total de las demandantes reales

**Tabla 31.** Frecuencia de compra mensual

<b>Cantidad</b>	<b>1 paquete</b>	<b>2 paquetes</b>	<b>3 paquetes</b>	<b>4 paquetes</b>	<b>Frecuencia</b>
100g	5	18	8	3	34
200g	28	62	21	7	118
500g	47	14	5	2	68
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>94</b>	<b>34</b>	<b>12</b>	<b>220</b>

**Nota.** La presente tabla muestra los datos de la tabla 6 que se usan para determinar el promedio de compra.

### Descripción:

La tabla señala la frecuencia, tanto el número de paquetes como la cantidad en gramos que las familias adquieren para los caninos, a partir de la tabla 31 se procede a realizar la compra anual de los paquetes en diferentes cantidades, no se realiza un promedio total de la compra anual porque en el mercado se venden en diferentes presentaciones, en su gran mayoría las que se detallan a continuación:

### Compra de paquetes con un contenido de 100 gramos

**Tabla 32.** Compra anual de 100 gramos

Variable	Frecuencia de comprar	Compra mensual de galletas	Compra anual de galletas
1 paquete	5	5	60
2 paquetes	18	36	432
3 paquetes	8	24	288
4 paquetes	3	12	144
<b>Total</b>	<b>34</b>		<b>924</b>

**Nota.** La presente tabla muestra la compra promedio anual de los paquetes de galletas con un contenido de 100 gramos.

**Compra Promedio Año=** Total Anual / N

**Compra Promedio Año=** 924 / 34

**Compra Promedio Año=** 27 paquetes

### Descripción

Para el cálculo de la compra anual de los paquetes de galletas para perros se multiplica el número de paquetes (1) por la frecuencia (5), de esta manera se obtiene la compra mensual (5), luego para obtener la compra anual se multiplica por (12), este proceso se aplica para cada variable, finalmente se realiza la suma para dividir por el número de familias (34) que adquieren galletas para perros de 100 gramos y se obtiene que la compra promedio anual es de 27 paquetes de 100 gramos por familia.

### Compra de paquetes con un contenido de 200 gramos

**Tabla 33.** Compra anual de galletas para perros

Variable	Frecuencia de comprar	Compra mensual de galletas	Compra anual de galletas
1 paquete	28	28	336
2 paquetes	62	124	1488
3 paquetes	21	63	756
4 paquetes	7	28	336
<b>Total</b>	<b>118</b>		<b>2916</b>

**Nota.** La presente tabla muestra la compra promedio anual de los paquetes de galletas con un contenido de 200 gramos.

**Compra Promedio Año=** Total Anual / N

**Compra Promedio Año=** 2916 / 118

**Compra Promedio Año=** 25 paquetes

#### **Descripción**

Para el cálculo de la compra anual de los paquetes de galletas para perros se multiplica el número de paquetes (1) por la frecuencia (28), de esta manera se obtiene la compra mensual (28), luego para obtener la compra anual se multiplica por (12), este proceso se aplica para cada variable, finalmente se realiza la suma para dividir por el número de familias (118) que adquieren galletas para perros de 200 gramos y se obtiene que la compra promedio anual es de 25 paquetes de 200 gramos por familia.

#### **Compra de paquetes con un contenido de 500 gramos**

**Tabla 34.** Compra anual de galletas para perros

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia de comprar</b>	<b>Compra mensual de galletas</b>	<b>Compra anual de galletas</b>
1 paquete	47	47	564
2 paquetes	14	28	336
3 paquetes	5	15	180
4 paquetes	2	8	96
<b>Total</b>	<b>68</b>		<b>1176</b>

**Nota.** La presente tabla muestra la compra promedio anual de los paquetes de galletas con un contenido de 500 gramos.

**Compra Promedio Año=** Total Anual / N

**Compra Promedio Año=** 1176 / 68

**Compra Promedio Año=** 17 paquetes

#### **Descripción**

Para el cálculo de la compra anual de los paquetes de galletas para perros se multiplica el número de paquetes (1) por la frecuencia (47), de esta manera se obtiene la compra mensual (47), luego para obtener la compra anual se multiplica por (12), este proceso se aplica para cada variable, finalmente se realiza la suma para dividir por el número de familias (68) que adquieren galletas para perros de 500 gramos y se obtiene que la compra promedio anual es de 17 paquetes de 500 gramos por familia.



### Demanda real en paquetes

**Tabla 35.** Demanda real en paquetes

Paquetes	Porcentaje	Población 12.199	Compra promedio	Demanda real en paquetes
100 gr	15,45%	1885	27	51.234
200 gr	53,64%	6543	25	161.687
500 gr	30,91%	3770	17	65.207

**Nota.** La presente tabla muestra la demanda real en paquetes según su contenido en gramos

#### Descripción

Para calcular la demanda real en paquetes se multiplicó la compra promedio de cada variable en gramos (27) por la población o demandantes reales que compran las galletas (1.885) dando como resultado la demanda real en paquetes.

#### Proyección de la demanda real

**Tabla 36.** Proyección de la demanda real

Años	Demandantes potenciales	Demandantes reales, adquieren galletas para perros 69%	Demanda real compra de paquetes (100 g)	Demanda real compra de paquetes (200 g)	Demanda real compra de paquetes (500 g)
0	17.577	12.199	51.234	161.687	65.207
1	17.938	12.449	52.284	165.002	66.544
2	18.305	12.704	53.356	168.384	67.908
3	18.681	12.964	54.450	171.836	69.300
4	19.064	13.230	55.566	175.359	70.721
5	19.454	13.501	56.705	178.954	72.171

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

#### Descripción

Para el cálculo de la proyección se utilizó los demandantes potenciales que se calculó anteriormente, estos se los multiplica por el 69% de familias que si adquieren galletas para perros; para la demanda según los paquetes de diferentes gramos, se multiplicó los demandantes potenciales (17.577) por el porcentaje de familias que adquieren las galletas según su contenido en gramos (15,45%) y por el consumo promedio (27), este procedimiento se realiza para cada contenido en gramos.

### **Demanda efectiva**

La demanda efectiva hace referencia a la cantidad de paquetes de galletas que pueden y desean adquirir para los caninos.

**Tabla 37.** Demanda efectiva

Demandantes Potenciales	17.577
Porcentaje de familias que les gustaría que se implementara una empresa productora y comercializadora de galletas	90%
<b>Total, demandantes efectivos</b>	<b>15.767</b>

**Nota.** La presente tabla muestra el total de demandantes efectivos

### **Descripción**

Para poder determinar el número de demandantes efectivos se realiza lo siguiente: se multiplica los demandantes potenciales por el porcentaje de familias que les gustaría que se implementara una empresa productora y comercializadora de galletas.

Se toma en cuenta nuevamente los demandantes potenciales ya que para la demanda efectiva se consideró a todos los encuestados.

La demanda efectiva es calculada a partir de la pregunta 11 de la investigación realizada a las familias lojanas, en donde se averigua si les gustaría que se implementara una empresa productora y comercializadora de galletas., obteniendo que el 90% si está dispuesto (ver tabla 12)

### **Proyección demanda efectiva**

**Tabla 38.** Proyección de la demanda efectiva

<b>Años</b>	<b>Demandantes potenciales</b>	<b>Demandantes efectivos 90%</b>	<b>Promedio de compra anual</b>	<b>Demanda efectiva proyectada en paquetes</b>
0	17.577	15.767		315.336
1	17.938	16.090		321.800
2	18.305	16.420		328.397
3	18.681	16.756	20	335.129
4	19.064	17.100		341.999
5	19.454	17.451		349.010

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

### **Descripción**

Para el cálculo de la proyección de la demanda efectiva se consideró a los demandantes potenciales, se multiplicó por el 90% de familias que si comprarían los paquetes de galletas para perros, por el promedio de compra (20), de esta manera se obtiene la demanda efectiva de la compra en paquetes.

### 7.1.5.2. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de paquetes de galletas para perros que los productores están dispuestos a comercializar.

La oferta considerada en el mercado lojano está comprendida por una muestra de 20 ofertantes que son aquellas veterinarias y supermercados que venden el producto, el 100% de estos mencionaron que si venden galletas para perros.

De acuerdo a la investigación realizada a los ofertantes de la ciudad de Loja, se obtuvo que las ventas anuales en los últimos 4 años son del 10% (ver tabla 24).

### 7.1.5.3. Demanda insatisfecha

**Tabla 39.** Proyección de la demanda insatisfecha

Años	Demanda efectiva proyectada	Oferta proyectada 10%	Demanda insatisfecha (paquetes)
0	315.336	31.534	283.802
1	321.800	32.180	289.620
2	328.397	32.840	295.557
3	335.129	33.513	301.616
4	341.999	34.200	307.800
5	349.010	34.901	314.109

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

#### Descripción

Para obtener la demanda insatisfecha para el primer año, se toma en cuenta (315.336) que es demanda efectiva y se resta (31.534) por la oferta proyectada, obteniendo como resultado (283.802) de demanda insatisfecha.

## 7.1.6. Estrategias de comercialización

### 7.1.6.1. Producto

Figura 26. Producto



**Nota.** Fotografía de la página de chazos

Figura 27. Producto Final



**Nota.** Fotografía de un cliente

Las galletas tipo snacks tienen un contenido de 20 unidades con un peso total de 200 gramos, será un producto de consumo exclusivo para los caninos, cuya materia prima básica será el pollo, verduras como la zanahoria y como cereal la avena. Se empacará en una funda Kraft blanca con cierre hermético porque en el estudio de mercado las familias adquieren mayormente este envase, tendrá una etiqueta en la parte de adelante como en la de atrás con información completa como el nombre, logotipo, beneficios, ingredientes.

Cada ingrediente tiene propiedades que benefician la calidad de vida de los caninos, ya sea en el pelaje, sistema digestivo, además como consecuencia no tendrá mal aliento. Es un producto genérico, es decir, que las galletas son un bocadillo como fuente saludable que se puede brindar fuera de su alimentación diaria para que se lo consuma como un aperitivo, premio a la hora de entrenar a la mascota o simplemente porque se los quiere consentir.

## ETIQUETA

Figura 28. Etiqueta del envase parte delantera



**Nota.** Desarrollado en la plataforma Canva y en la aplicación Picsart

## ENVASE

### Envase externo

Figura 29. Etiqueta del envase parte trasera



**Nota.** Desarrollado en la plataforma Canva y en la aplicación Picsart

La parte externa del producto o el envase será una bolsa de papel Kraft color blanca que también tiene un cierre hermético para mejor manejo del producto y de esta manera se preserva las galletas hasta por tres meses.

**Figura 30.** *Funda del envase*



**Nota.** Funda donde se comercializarán las galletas

#### **7.1.6.2. Precio**

Para la determinación del precio de galletas para perros, se basa en el estudio financiero donde se analizan los costos de producción y operativos, la cantidad de unidades que la empresa va a producir y el porcentaje de utilidad a percibir. Por lo tanto, la empresa venderá un paquete de 20 galletas con un contenido total de 200 gramos a un precio de \$3,00; mientras que otras marcas como Kinibbles que se considera nuestra mayor competencia, también produce y comercializa la misma cantidad de galletas, pero en diferentes sabores; tiene un precio de venta al público de \$6,25. Y otras marcas genéricas como Procan tiene un precio de \$2,75 el paquete



de 200 gramos, sin embargo el valor nutricional o los ingredientes a utilizar de diferentes marcas en el mercado, son contrarias al valor agregado que el presente proyecto pretende brindar.

#### **7.1.6.3. Plaza**

La empresa utilizará al inicio el canal propio o directo; es decir la misma empresa se encargará de que las galletas para caninos lleguen a manos del cliente.

Las estrategias que se puede tomar en cuenta son:

Página web: Al tener una página web el público objetivo tendrá a disposición el producto con la finalidad de poder interactuar de manera rápida y personalizada.

Redes Sociales: Se puede vender por medio de las redes sociales ya que son las plataformas más utilizadas.

#### **Canal de distribución**



#### **7.1.6.4. Promoción**

El objetivo de la promoción es estimular al cliente para comprar las galletas para perros que la empresa ofrecerá y lograr su posicionamiento en la mente del cliente.

De acuerdo a los datos obtenidos de la investigación realizada a las diferentes familias de la ciudad de Loja, en la pregunta 18 indicaron que la promoción que les gustaría recibir al adquirir las galletas, son muestras gratuitas del producto. (ver tabla 19)

- **Muestras**

Esta promoción se realizará durante el primer año de vida útil de la empresa, con el objetivo de introducir el producto al mercado lojano.

- **Publicidad**

De acuerdo a la pregunta 16 de la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja, con la finalidad de conocer ¿Por qué medio le gustaría recibir información de las nuevas galletas?, se determinó que los más usados diariamente son las redes sociales, como Facebook e Instagram. Por lo cual, estos dos medios serán los que se utilizarán para dar a conocer de manera masiva el producto.

#### **Página de Facebook e Instagram**

La página de Facebook e Instagram tiene el nombre de la marca, en este caso ambos llevan el nombre de “Chazos Premium”, se publicarán fotos, videos e información para dar a conocer los beneficios de los ingredientes, contactos y referencia del producto.

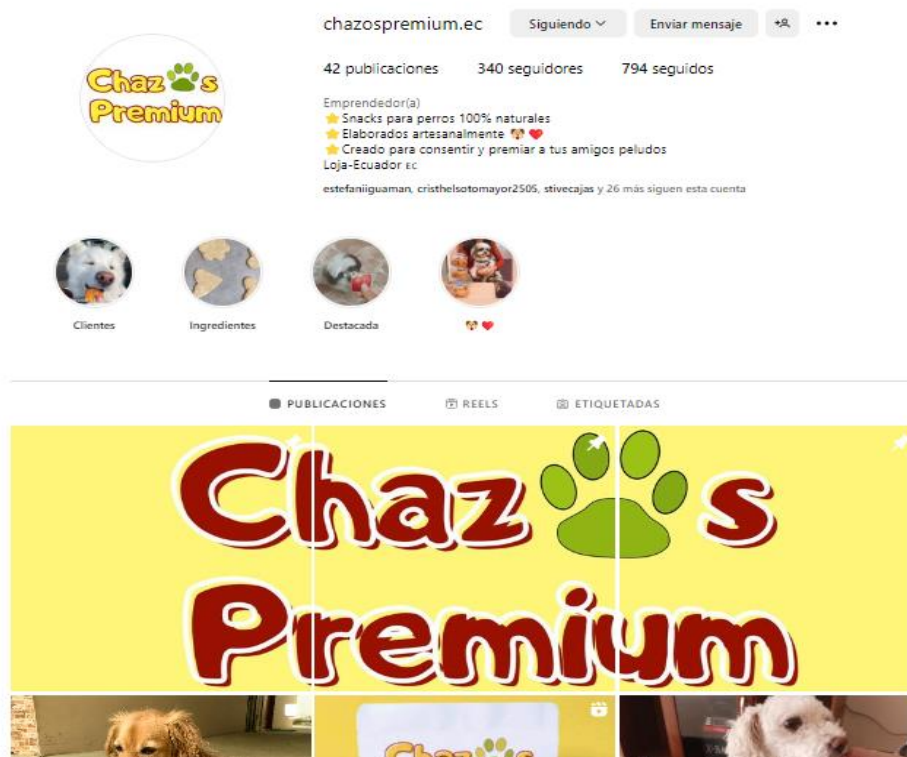


Figura 31. Página de Facebook de Chazos



**Nota.** <https://www.facebook.com/profile.php?id=100076075385225>

Figura 32. Página de Instagram de Chazos



**Nota.** [www.instagram.com/chazospremium.ec/](http://www.instagram.com/chazospremium.ec/)

Los posts que se realicen dentro de cada plataforma, serán publicados en la noche y en la tarde, en la tabla 18, revela que este es el horario que con mayor frecuencia están activos en estas redes sociales para utilizarlos como medio de comunicación, de esta manera la publicidad llegará a más personas.

## 7.2. Estudio técnico

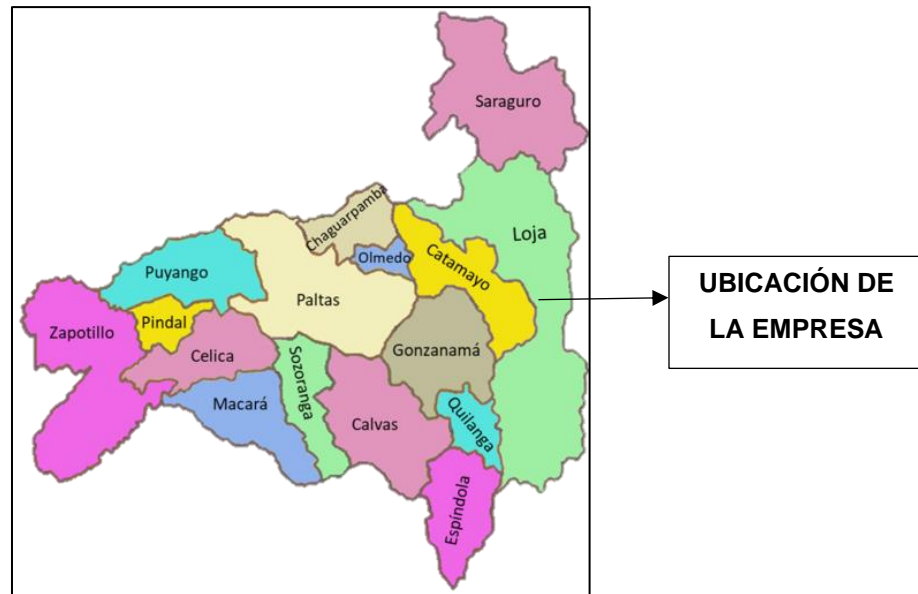
Se hará una revisión para el diseño o el tamaño tanto de la planta de producción y así mismo para tener una producción óptima, utilizando de mejor manera los recursos disponibles para obtener el producto deseado.

### 7.2.1. Localización

#### 7.2.1.1. Macro localización

La empresa estará ubicada en la ciudad y provincia de Loja, región sur del Ecuador.

**Figura 33.** Mapa de la provincia de Loja



**Nota.** Indica la ubicación de la ciudad donde estará la empresa.

#### 7.2.1.2. Micro localización

##### 7.2.1.2.1. Factores determinantes de localización

Los factores más comunes que determinan la localización son: materia prima, mano de obra, energía eléctrica, eliminación de residuos, facilidad de transporte, mercado, infraestructura física, leyes y reglamentos, etc.

Para poder determinar el lugar donde se va a ubicar la empresa, la misma debe considerar diferentes factores de localización que van a permitir y facilitar el cumplimiento de las actividades de producción y administrativas de la empresa, entre los factores de localización a considerar están los siguientes:

**Servicios básicos:** la ciudad de Loja, cuenta con los servicios básicos tales como: luz eléctrica, agua potable, telecomunicaciones, vías de acceso, servicios profesionales especializados, etc., lo cual garantiza la implementación de este tipo de empresa.

**Condiciones legales y económicos:** la ciudad de Loja, cuenta con la infraestructura tanto legal como económica, necesaria para respaldar la instalación de una empresa.

**Recursos Humanos:** para la producción, la empresa debe contar con operarios que tengan conocimiento sobre la elaboración de galletas, mismos que en la ciudad de Loja existen personas capacitadas, lo cual hace posible que exista la cantidad necesaria de mano de obra y profesionales especializados, que ayuden a la implementación y desarrollo eficaz de la empresa.

**Materia prima:** para la producción, la materia prima está en la localidad por lo que es una ventaja ya que en el transporte no se gastaría en grandes cantidades para la adquisición de los insumos, ya que todo se encuentra disponible en la ciudad de Loja.

**Transporte:** la empresa debe considerar aspectos como acceso a vías asfaltadas, con buenas condiciones para facilidad de los clientes, zonas donde circulen buses o compañías de taxis.

Para analizar cada factor es necesario considerar algunos sitios dentro de la ciudad de Loja, los cuales se muestran a continuación:

**Tabla 40.** Selección del lugar de implementación de la planta

Factor/ Alternativa	Servicios Básicos	Legal- económico	Recurso Humano	Materia Prima	Transporte	Costo de arriendo	Total
La Argelia	10	10	9	8	9	9	55
San Cayetano	10	10	10	8	9	9	56
Miraflores	10	10	9	10	10	9	58

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

Como se puede apreciar en la tabla, el lugar de ubicación que alcanza mayor puntaje es la del sector “MIRAFLORES”, lo que significa que tendrá mayores beneficios al estar ubicada en dicha zona.

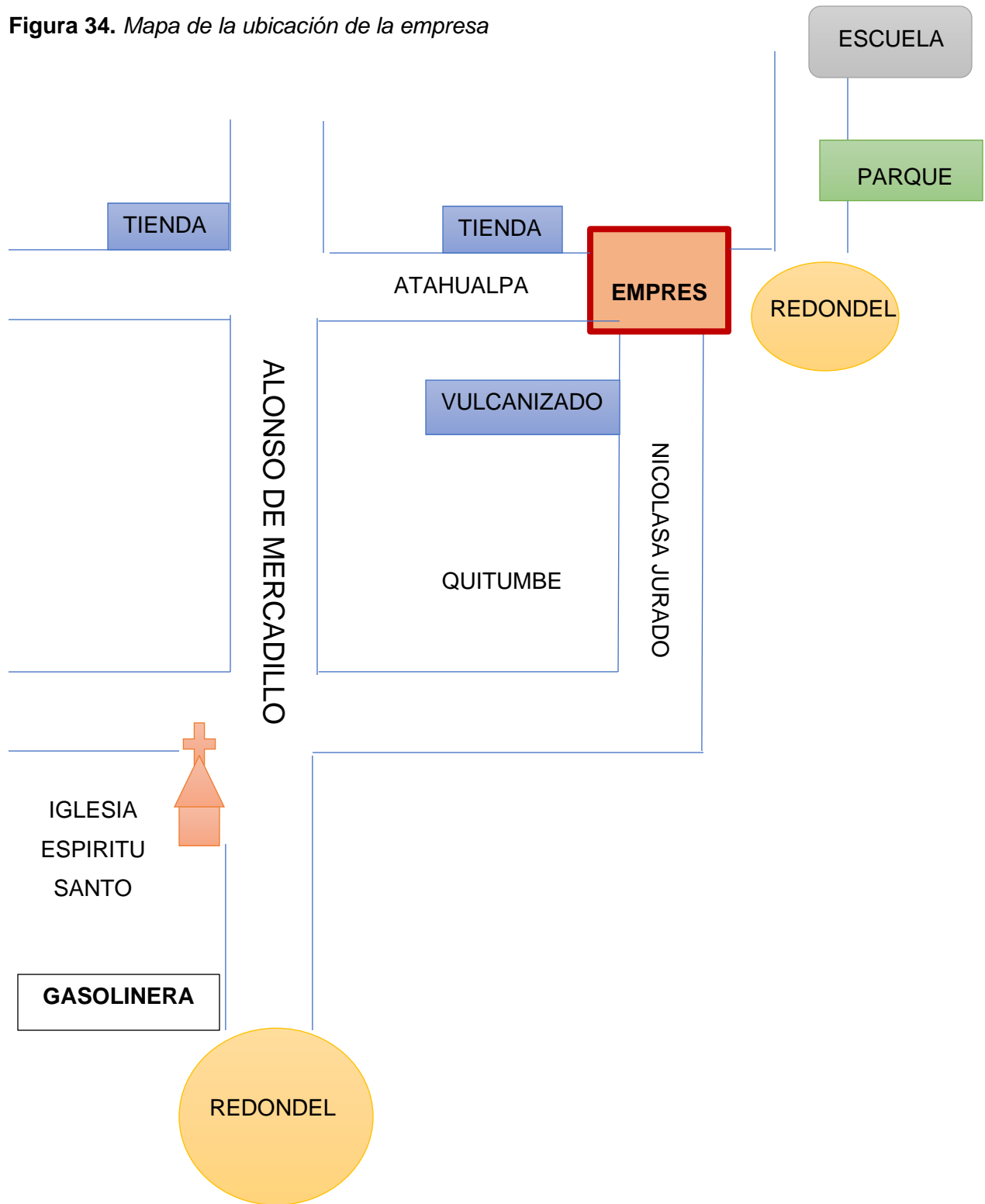
Luego de analizar los diferentes factores se tiene que:

- Fácil acceso a la materia prima, por lo que el gasto de transporte resulta más económico.
- Cuenta con todos los servicios básicos
- La zona en la que se encuentra ubicada la empresa, es accesible y está en buen estado.

Una vez analizado los factores de ubicación de la empresa, se tiene que el mejor sitio donde se ubicará la empresa, es un lugar estratégico en el siguiente punto:

Parroquia Sucre de la provincia de Loja, en el barrio Miraflores Bajo, debido a que este sitio cuenta con todos los servicios básicos y es cercano a los lugares donde se obtendrá la materia prima para su industrialización

**Figura 34.** Mapa de la ubicación de la empresa



## 7.2.2. Tamaño

El tamaño de la empresa define el volumen de las inversiones y costos a estimar por lo cual estará relacionada con la capacidad instalada y la capacidad utilizada con la cual iniciará sus operaciones de producción, por lo cual se debe analizar algunos factores tales como: la disponibilidad de materia prima, la capacidad de la maquinaria, el tiempo, los proveedores y el número de trabajadores.

### 7.2.2.1. Capacidad Instalada

La capacidad instalada, se determinó por el volumen total de producción, tomando en cuenta todo el proceso productivo, es decir, donde se utilizará el 100% de los recursos, tiempos y capacidad máxima de la maquinaria.

**Tabla 41.** *Cálculo de la capacidad instalada*

Tiempo de producción	Unidad de medida	Total, paquetes
8	Horas	90
24	Horas	270
365	Días	98.550

**Nota.** la presente tabla indica la cantidad de producción que determina el máximo rendimiento posible esperado por parte de la empresa teniendo en cuenta algunos recursos empleados y en un periodo de tiempo.

### Descripción

Para la capacidad instalada se tomó en cuenta la maquinaria, en este caso el horno y todo el tiempo del proceso productivo.

En el caso del horno, tiene una capacidad de realizar 600 galletas ya que cuenta con 6 latas; eso quiere decir que para la venta al público habrá 30 paquetes, cada uno de estos con 20 unidades. En cuanto al tiempo, el horno se demora 30 minutos, sin embargo, al considerar el proceso que los obreros tardan hasta ingresar las 6 latas al horno es de 100 minutos y finalmente una vez que las galletas salen del horno es otro proceso de 50 minutos, en este caso se considera los 50 minutos para todos los procesos que se podrán hacer en las 8 horas.

Por lo tanto, con el aprovechamiento de los tiempos se realizará tres procesos productivos en 8 horas. La empresa estima una capacidad instalada de producción de 90 paquetes, trabajando las 24 horas la empresa produce 270 paquetes diarios, a estos paquetes se multiplica por los 365 días que tiene el año, da un resultado de 98.550 paquetes.

### 7.2.2.2. Capacidad Utilizada

Es la cantidad de paquetes que se pueden hacer en tiempo real, por tal motivo se considera 8 horas diarias y 5 días a la semana. Esta capacidad constituye la cantidad de paquetes de capacidad instalada, considerando así una producción de 90 paquetes en 8 horas tiempo en el que se llevará a efecto el proceso productivo de las galletas para perros.

**Tabla 42.** *Cálculo de la capacidad utilizada*

Tiempo de producción	Unidad de medida	Total, paquetes
8	Horas	90
5	Días	450
52	Semanas	23.400

**Nota.** La presente tabla indica el volumen de producción que puede llegar a realizar y que, al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar al máximo nivel.

#### Descripción

Se estima una capacidad utilizada de producción de 90 paquetes en 8 horas, a estos paquetes se multiplica por las 52 semanas que tiene el año, dando un resultado de 23.400 paquetes al año que se producirán de acuerdo al 100% de la capacidad. Tomando en cuenta que mientras se realiza el proceso de producción se puede regresar al paso 1 y aprovechar el tiempo de la máquina con la finalidad de evitar desperdicio de tiempo.

**Tabla 43.** *Participación de mercado de la capacidad utilizada*

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad Utilizada	Porcentaje de participación
0	283.802,00		8,25%
1	289.620,00		8,08%
2	295.557,00	23.400	7,92%
3	301.616,00		7,76%
4	307.800,00		7,60%
5	314.109,00		7,45%

**Nota.** La presente tabla indica la participación de mercado de la capacidad instalada de las galletas para perros.

#### Descripción

Mediante la ejecución productiva en 8 horas diarias, la empresa obtendría una participación de mercado el primer año de 8,08%, mismo resultado que se obtiene de la siguiente operación matemática: capacidad utilizada anual (23.400 paquetes) por 100% y el producto de esa cantidad se divide para la demanda insatisfecha (283.802,00)

### 7.2.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se debe realizarlo con la finalidad de determinar aspectos relacionados con el proceso productivo, distribución de la planta y requerimientos. Por lo tanto, se considera 600 galletas que la empresa está en la capacidad de producir.

### 7.2.3.1. Proceso de Producción

1. **Lavado de la proteína y verduras:** En esta etapa se debe limpiar y desinfectar los ingredientes, tomará un tiempo de 10 minutos
2. **Pesado de materia prima:** En este punto se pesará en la báscula la porción justa de los ingredientes para cada lote, lo cual tendrá un tiempo de 15 minutos.
3. **Cortar la materia prima:** Para cortar el pollo y la zanahoria se debe implementar un tiempo de 20 minutos.
4. **Control:** Antes de ingresar los ingredientes a la procesadora se deberá verificar que la materia prima sea de calidad, tomará 5 minutos.
5. **Procesar:** Los dos ingredientes principales se pasan por la procesadora industrial para triturar por completo y que se conviertan en una pasta tomará un tiempo de 10 minutos
6. **Mezclar:** Se debe pasar la pasta a la maquina amasadora por un tiempo de 10 minutos, luego se agrega la avena para que se convierta en masa.
7. **Laminar:** A la masa se pasa por la maquina laminadora. Todo este proceso toma 15 minutos.
8. **Cortar:** Se corta la masa con los moldes para las galletas, se invertirá 15 minutos ya que se utiliza un molde específicamente para cortar al tamaño y figura que se requiere
9. **Hornear:** Las galletas pasan al horno a una temperatura de 120 grados durante 30 minutos.
10. **Enfriar:** Se deja reposar hasta que se enfríen por un tiempo de 15 minutos
11. **Verificación y control:** Aquí se procede a analizar el producto con la finalidad de verificar estén en buenas condiciones, cocido o que no esté quemado, se invertirá un tiempo de 10 minutos.
12. **Envasar y etiquetar:** Se etiqueta y se agrega al envase 20 unidades de 200 gramos, tomará un tiempo de 15 minutos.
13. **Almacenamiento:** Colocación de los envases de las galletas de una manera cuidadosa y ordena para su comercialización, llevará un tiempo de 10 minutos.

### Flujograma de procesos

Para el presente proyecto se utilizará la simbología internacional aceptada para representar las operaciones efectuadas de acuerdo a la administración por procesos.

**Tabla 44.** Flujograma de procesos con tiempos y movimientos

Fases	Operación ○	Inspección □	Operación e Inspección ◻	Espera D	Transporte ⇨	Almacenamiento ▽	Descripción del proceso	Tiempo (minutos)
1	○						Lavado de la proteína y verduras	10
2		□					Pesado de materia prima	15
3	○						Cortar la materia prima	20
4		□					Control de la materia prima	5
5	○						Procesar	10
6	○						Mezclar	10
7	○						Laminar	15
8	○						Cortar en figuras	15
9				D			Hornear	30
10				D			Enfriar	15
11		□					Verificación y control	10
12	○						Envasar y etiquetar	15
13						▽	Almacenamiento	10
	7	3	0	2	0	1	Total	190

**Nota.** La tabla presenta el flujograma de procesos en tiempos y movimientos del proceso productivo para las galletas para perros.

El flujograma de procesos expuesto, muestra el proceso productivo para la elaboración de 600 galletas para perros, en 180 minutos (3 horas), tomando en cuenta que la empresa tiene dos obreros.



### 7.2.3.2. Distribución de la planta

A continuación, se enseña el área de la ubicación y repartimiento de maquinaria y equipos de producción, en el grafico consta las especificaciones de las diferentes áreas tanto administrativas como de operación. La empresa desarrollará sus actividades en un inmueble de arrendamiento el mismo que consta de una sola planta.

**Figura 35.** Distribución de la planta



**Nota.** La figura indica como va estar distribuida la planta tanto en lo administrativo como en el área de producción

### 7.2.3.3. Requerimientos

La empresa productora y comercializadora de galletas para perros establece que, necesita de varios componentes para su funcionamiento, a continuación, se detallan cada uno de ellos:

**Tabla 45.** *Ficha Técnica de la procesadora Industrial*

**Figura 36.** *Procesadora Industrial*



Cantidad: 1  
**Marca:** Fairuz  
**Precio:** \$600  
**Características**  
Voltaje: 220V  
Acero Inoxidable  
Capacidad: 9Kg  
Disponibilidad garantía

**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

**Tabla 46.** *Ficha Técnica de la Amasadora*

**Figura 37.** *Amasadora*



Cantidad: 1  
**Marca:** Fairuz  
**Precio:** \$800  
**Características**  
Voltaje: 110V  
Acero Inoxidable  
Capacidad: 1.5Kg  
Disponibilidad garantía

**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

**Tabla 47. Ficha Técnica del horno Industrial.**

**Figura 38. Horno Industrial**



Cantidad: 1

**Marca:** Difanox

**Precio:** \$520

**Características**

Alto: 120 cm

Bandejas: 70x46 cm (4 latas)

Acero Inoxidable

Galvanizado

Vidrio Templado

**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

**Tabla 48. Ficha Técnica de la mesa**

**Figura 39. Mesa**



Cantidad: 1

**Marca:** Metálicas Landázuri

**Precio:** \$100

**Características**

Alto: 90 cm

Ancho: 50 cm

Largo: 1.10

**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

**Tabla 49. Ficha Técnica de la balanza digital**

**Figura 40. Balanza digital**



Cantidad: 1

**Modelo:** EK4350

**Precio:** \$18

**Características**

Bowl de acero inoxidable

Capacidad: 5 kg

Pantalla: LCD

**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

**Tabla 50. Ficha Técnica de las bandejas**

**Figura 41. Bandejas**



**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

Cantidad: 3

**Precio:** \$36

**Características**

Acero inoxidable

Tamaño: 45cm x 65cm

**Tabla 51. Ficha Técnica del cilindro de gas**

**Figura 42. Cilindro**



**Nota.** Distribuidor Lojagas

Cantidad: 1

**Precio:** \$180

**Características**

Acero inoxidable

Peso: 45kg

**Tabla 52. Ficha Técnica del juego de cuchillos**

**Figura 43. Utensilios de cocina**



**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec/>

Cantidad: 1

Marca: **Tramontina**

**Precio:** \$20

**Características**

Acero inoxidable

Mangos polipropileno

El set contiene 9 cuchillos

**Tabla 53. Ficha Técnica Maquina laminadora de masa**

**Figura 44. Maquinara laminadora de masa**



**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec>

Cantidad: 1

**Precio:** \$95

**Características**

Bandejas receptoras en acero inoxidable

Cilindro en acero de 2 pulgadas

Peso: 5 kilos

Medida de empaque: 55x30x12 alto

**Tabla 54. Ficha Técnica de cortadores para galletas**

**Figura 45. Cortadores de galletas**



**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec>

Cantidad: 3

**Precio:** \$1,65

**Set de tres cortadores**

**Características**

Altura: 7,5 cm

Ancho: 7 cm

Profundidad: 3cm

**Tabla 55. Ficha Técnica de espátula**

**Figura 46. Espátula**



**Nota.** <https://articulo.mercadolibre.com.ec>

Cantidad: 2

**Precio:** \$4,60

**Espátula con mango de madera**

**Características**

El mando mide 4.25 cm

El cuchillo mide 6 cm

Longitud total es de 10,25 cm

#### 7.2.3.4. Requerimiento de Materia Prima

La empresa debe adquirir materia prima directa para cumplir con las actividades de producción. A continuación, se detallan los requerimientos de materia prima para la producción de 90 paquetes de galletas para perros en 8 horas:

**Tabla 56.** Cantidad de materia prima directa requerida para 1 mes (1.800 paquetes)

Descripción	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad requerida	Costo total
Pollo	Libra	\$1,80	150	\$270,00
Zanahoria	Libra	\$0,30	180	\$54,00
Avena	Libra	\$0,90	225	\$202,50
<b>Total</b>				<b>\$526,50</b>

**Notas.** La presente tabla indica la cantidad de materia prima directa requerida mensualmente

**Tabla 57.** Cantidad de materia prima indirecta requerida para 1 mes (1.800 paquetes)

Descripción	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad requerida	Costo total
Fundas Kraft	Unidad	0,10	320	32
Etiqueta	Unidad	0,04	640	25,6
<b>Total</b>				<b>57,6</b>

**Notas.** La presente tabla indica la cantidad de materia prima indirecta requerida mensualmente

#### 7.2.3.5. Requerimiento del Personal

Para que haya un buen funcionamiento en la empresa debe contar con personal capacitado, es por ello que se contratará 2 operarios que laborarán 8 horas diarias según los requerimientos legales y un vendedor.

Además, se requerirá de personal administrativo con conocimientos técnicos y específicos, para lo cual se pretende que los puestos sean ocupados por personas que poseen título mínimo de tercer nivel, dentro de lo cual se necesitará: un gerente; un contador y un asesor jurídico para trabajar de manera parcial y su remuneración será por honorarios profesionales, como asesores, también una secretaria que trabajará únicamente medio tiempo.

**Tabla 58.** División del Personal

Descripción	Cantidad	
Gerente General	Nivel Ejecutivo	1
Asesor Jurídico	Nivel Asesor	2
Contadora		
Secretaria	Nivel de Apoyo	1
Vendedor	Nivel Operativo	1
Operario		2
<b>Total</b>		<b>7</b>

**Nota.** La presente tabla indica el requerimiento del personal con la cantidad en cada puesto

## 7.2.4. Diseño administrativo

### Estructura Organizativa

#### 7.2.4.1. Organización Jurídica

Se constituirá como compañía de Responsabilidad Limitada y estará legalmente registrada, realizará sus actividades mercantiles, bajo la razón social de la compañía limitada de acuerdo a su abreviación "Cía. Ltda.", ya que según el Art. 92 de la Ley de Compañías: "La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o Cía. Ltda."

#### Base legal

Para que la empresa entre en ejecución se considera el tipo de compañía de responsabilidad limitada, para ello la empresa deberá cumplir con todos los requisitos y aspectos legales para el desarrollo de sus actividades.

- **Razón social:** De conformidad con lo determinado en el artículo 137, numeral 2 de la Ley de Compañías vigente en el Ecuador, la razón social de la empresa es "CHAZOS PREMIUM CÍA. LTDA".
- **Domicilio:** Se constituye en la ciudad de Loja de la provincia de Loja, específicamente en el sector "Sucre", en las calles Atahualpa y Nicolasa Jurado.
- **Objeto:** La empresa se dedicará a la producción y comercialización de galletas para perros.
- **Capital Social:** El capital social de la empresa "CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda.", estará formado por las aportaciones de los socios.
- **Tiempo de duración:** Se estima un tiempo de 5 años de duración para la empresa a partir de su inscripción en el registro mercantil, pudiendo extender su vida útil posteriormente.
- **Representante Legal:** El representante legal y jurídicamente de la empresa será la Lic. Paola Isabel Montesinos Palma.

#### Requisito Único de Contribuyentes (Ruc)

Es obligatorio tanto para personas naturales y jurídicas que realicen cualquier tipo de actividad económica en el Ecuador, ya sea de forma permanente o en forma ocasional. Este se obtiene en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) de manera gratuita, para ello es necesario presentar:

- Cedula de identidad
- Certificado de votación
- Copia de un servicio básico

### **Requisitos para el cuerpo de bomberos**

- Solicitud de inspección dirigida a la jefatura del Cuerpo de Bomberos.
- Informe técnico de inspección favorable.
- Copia de certificado de uso del suelo.
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Copia de RUC O RISE.
- Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50 m<sup>2</sup>, instalado a 1,50 de altura con la respectiva señalética de uso y manejo.
- Lámparas de emergencia instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias.
- Letrero del ECU 911
- Si el aforo del establecimiento comercial es superior a 10 personas, o su dimensión es mayor a 100m<sup>2</sup>, se debe presentar un plan de emergencias y evacuación, debidamente firmada por un profesional del área de Seguridad Industrial y/o Gestión de Riesgos
- Si el establecimiento es considerado de alto riesgo debido a los productos de comercialización y/o cargas caloríficas se deberá realizar un Plan de Emergencias y Evacuación
- Copia del contrato de arrendamiento (debidamente registrado en la Jefatura de Avalúos y Catastros)

### **Patente municipal y permiso de funcionamiento**

- Formulario de declaración inicial de Actividad Económica;
- Cédula y papeleta de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes;
- Tabla de amortización (deuda) en caso de tener prestamos con cargo a la actividad económica;
- Copia de la matricula en caso de transporte;
- Copia del impuesto predial en caso de caso de arriendos;
- Certificado de no adeudar al Municipio; y,
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos



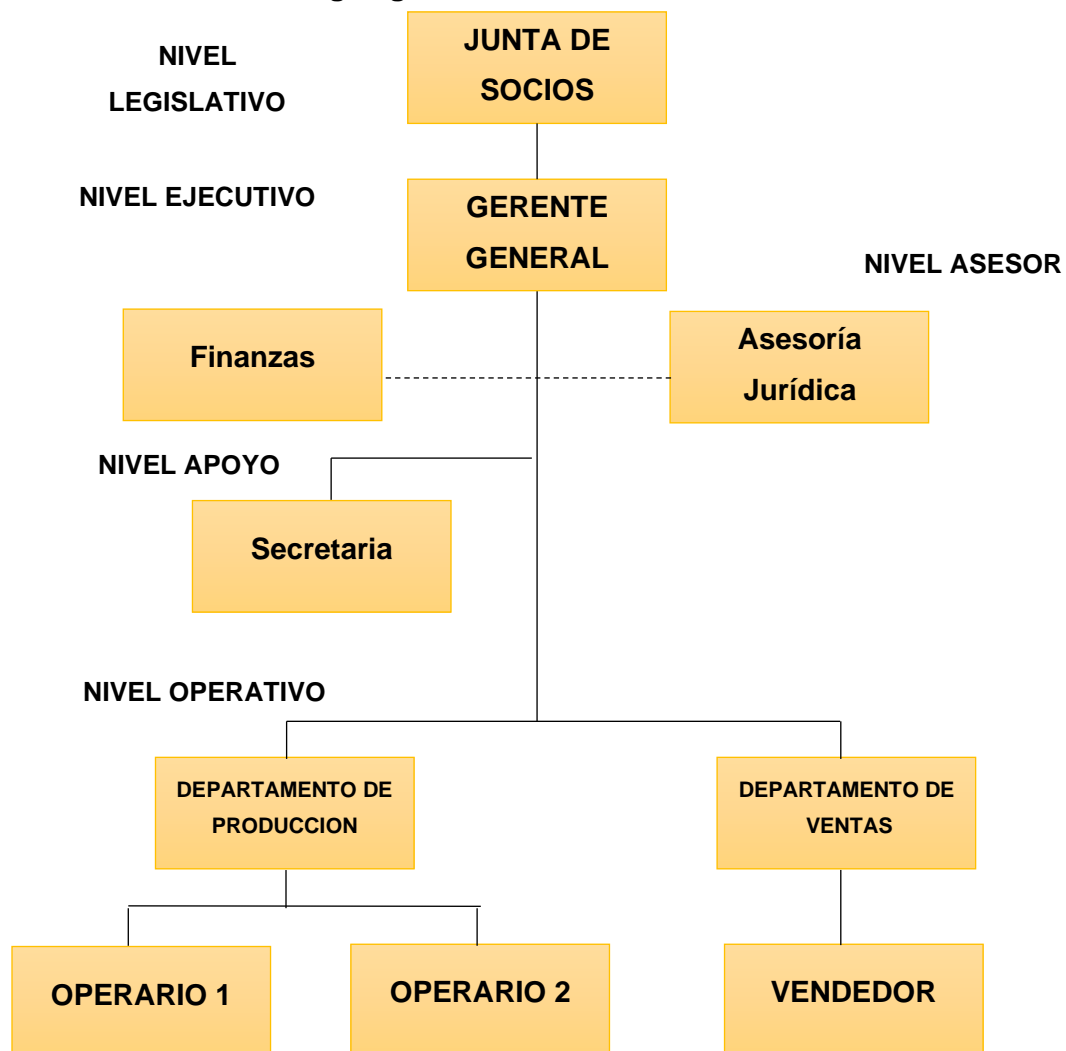
- Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos

### Registro Sanitario Veterinario

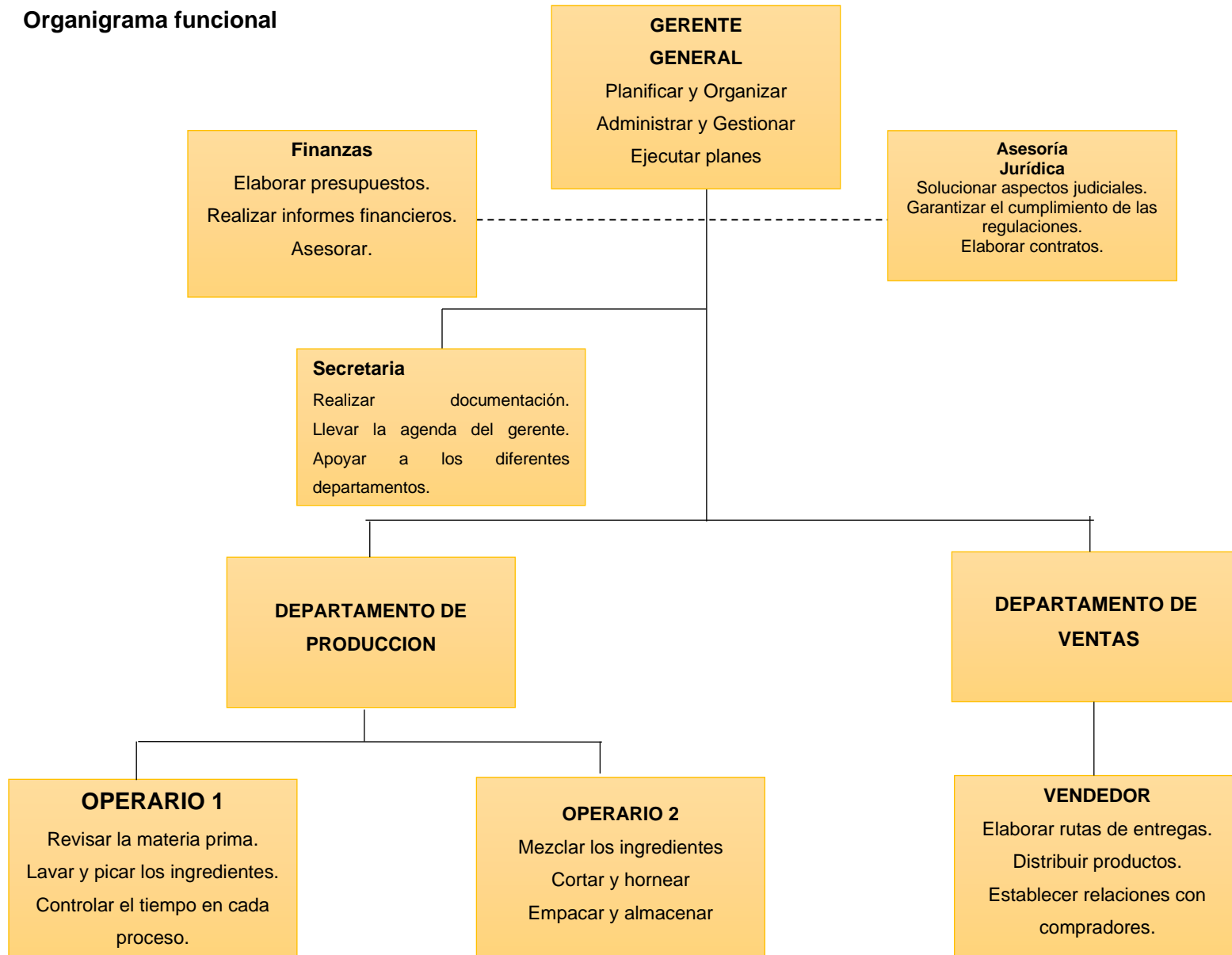
- Registro de empresa fabricante, comercializadora o importadora.
- Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para fabricantes.
- Registro del producto en el Sistema Guía:
- Proyecto de etiquetado
- Documentos de material de empaque
- Estudios de estabilidad
- Estudios de eficacia
- Composición garantizada e Ingredientes
- Certificado de análisis del producto

#### 7.2.4.2. Organigramas

##### Organigrama Estructural

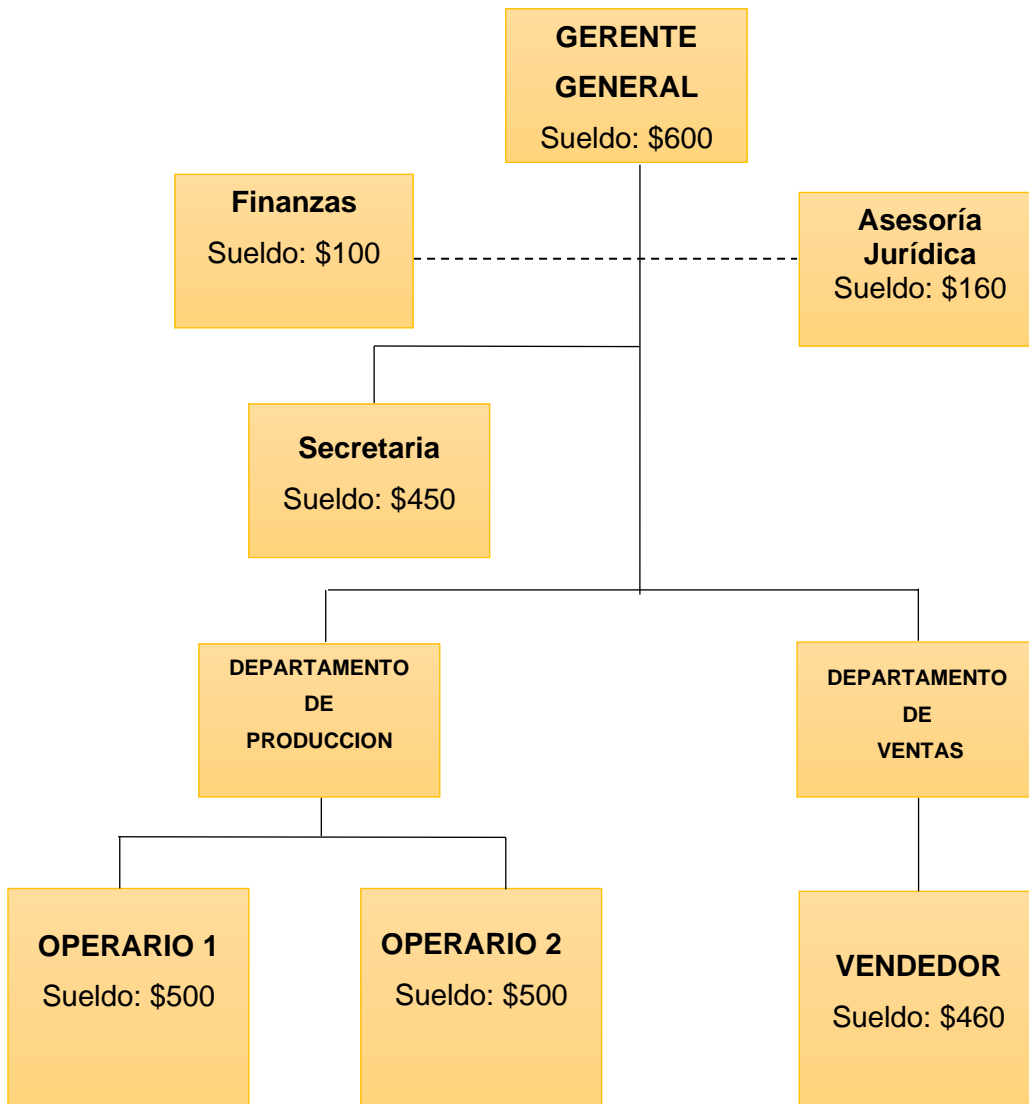


## Organigrama funcional



### Organigrama de Posición

Este organigrama tiene el sueldo de cada uno de los integrantes de la compañía. En el caso del asesor legal y contador trabajará por servicios profesionales y cobrará por los honorarios.




### 7.2.4.3. Manual de funciones

En el manual de funciones de la empresa "CHAZOS PREMIUM" Cía. Ltda. Se describen las principales funciones que tienen que cumplir cada una de las personas que conforman los diferentes departamentos, además de los requisitos necesarios para cubrir determinado cargo.

#### Puestos

#### Gerente General


Tabla 59. Manual de funciones de Gerente.

<b>EMPRESA: "CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda."</b>	
	MANUAL DE FUNCIONES Código: 001
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Título de puesto: <b>Gerente</b>	
Nivel: <b>Ejecutivo</b>	
Supervisa a: <b>Todo el personal</b>	
<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>• Organizar la estructura de la empresa, como además de las funciones y cargos.</li> <li>• Dirigir la empresa, supervisar, tomar decisiones.</li> <li>• Controlar cada una de las actividades planificadas.</li> <li>• Analizar los diferentes problemas de la empresa.</li> <li>• Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.</li> <li>• Realizar juntas o reuniones regularmente, para coordinar las distintas actividades de la empresa.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración adecuada del capital de la empresa.</li> <li>• Responsable de los resultados económicos</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	
<b>Educación</b>	Lcdo. / Ing. en Administración de empresas
<b>Experiencia</b>	Dos años en funciones similares
<b>Características necesarias</b>	Líder Comunicador Empático

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

## Secretaria


Tabla 60. Manual de funciones de secretaria.

EMPRESA: "CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda."	
	
MANUAL DE FUNCIONES Código: 002	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Título de puesto: <b>secretaria</b>	
Nivel: <b>Auxiliar</b>	
NATURALEZA DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Redacta todo tipo de documentación.</li></ul>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Atiende a los clientes, organiza agendas, etc.</li><li>• Redacta documentos.</li><li>• Redactar diferentes documentos y datos</li><li>• Apoyar a los diferentes niveles de la empresa.</li><li>• Citar a reuniones a petición del gerente y conceder diálogos con el mismo.</li></ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsable de alguna perdida o alteración de los documentos de la oficina</li><li>• Cumplimiento de la agenda del gerente</li></ul>	
REQUISITOS DEL PUESTO	
• <b>Educación</b>	Mínimo Bachillerato
• <b>Experiencia</b>	Un año en funciones a fines
Características necesarias	Ágil Eficiente Sociable Amable

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

## Vendedor

Tabla 61. Manual de funciones de vendedor

EMPRESA: "CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda."	
	
MANUAL DE FUNCIONES Código: 004	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Título de puesto: <b>Vendedor</b> Nivel: <b>Operativo</b> Supervisa: <b>No se aplica</b>	
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>Incrementar el número de ventas</li></ul>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>Informar y convencer a los clientes de adquirir el producto</li><li>Tratar a los clientes como si fueran socios del negocio.</li><li>Saber convertir los problemas de los clientes en oportunidades de negocio, aportándoles soluciones.</li><li>Vender un porcentaje mínimo de las galletas.</li><li>Elaborar los pronósticos y presupuestos.</li><li>Realizar investigaciones de mercado.</li></ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>Entregar el producto en el momento que se requiera</li><li>Expandirse en el mercado</li></ul>	
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	
<b>Educación</b>	Mínimo Bachillerato Poseer licencia tipo C
<b>Experiencia</b>	Un año en funciones a fines
<b>Características necesarias</b>	Ágil Honesto Sociable Amable Proactivo

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

## Obrero

Tabla 62. Manual de funciones de obrero

EMPRESA: "CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda."	
	MANUAL DE FUNCIONES Código: 006
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Título de puesto: <b>Obrero/a</b>	
Nivel: <b>Operativo</b>	
Supervisa a: <b>No se aplica</b>	
NATURALEZA DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"><li>Transformar la materia prima en un producto final y el embalaje del producto.</li></ul>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"><li>Controlar la maquinaria</li><li>Limpiar y ordenar el área.</li><li>Procesar la materia prima, como la zanahoria y el pollo.</li><li>Envasar, Etiquetar y almacenar el producto.</li></ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"><li>Manipular los materiales.</li></ul>	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<b>Educación</b>	Tecnología en Agroindustrias
<b>Experiencia</b>	Un año de experiencia en labores similares
<b>Características necesarias</b>	Responsable Puntual Observador Proactivo

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

## Contador

Tabla 63. Manual de funciones para contador

EMPRESA: "CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda."	
	MANUAL DE FUNCIONES Código: 006
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Título de puesto: <b>Contador/a</b>	
Nivel: <b>Asesor</b>	
Supervisa a: <b>No se aplica</b>	
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Efectuar un sistema de información orientados a la obtención, comprobación y análisis de informes financieros y administrativos.</li></ul>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar los registros contables y presupuestales de ingresos y egresos de los fondos específicos.</li><li>• Elaborar los estados financieros en base a los registros contables para la toma de decisiones.</li><li>• Emitir informes financieros sobre compras y ventas para la toma de decisiones</li><li>• Ordenar sistemáticamente los comprobantes de las diversas transacciones</li><li>• Realizar declaraciones en cada periodo contable.</li></ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejar registros contables</li><li>• Gestionar riesgos</li><li>• Evaluar y tomar decisiones sobre las investigaciones</li></ul>	
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	
<b>Educación</b>	Titulo de tercer nivel en Contabilidad, Finanzas o afines
<b>Experiencia</b>	Un año de experiencia en labores similares
<b>Características necesarias</b>	Responsable Analítico Honesto

**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

Para la inversión se considera los requerimientos de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo que la empresa utilizará para poner en marcha sus actividades.

##### 7.3.1.1. Activos Fijos

Indica los bienes tangibles que se necesitan para el proceso productivo de la empresa productora y comercializadora de galletas para perros, también pueden ser el complemento necesario para la operación y están sujetos a depreciación. Los cuales se detallan a continuación:

- ✓ **Maquinaria y Equipo:** Son todos aquellos bienes tecnológicos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo.

**Tabla 64.** *Maquinaria y Equipo*

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Procesadora industrial	1	\$500,00	\$500,00
Amasadora	1	\$600,00	\$600,00
Horno industrial	1	\$520,00	\$520,00
Maquina laminadora de masa	1	\$95,00	\$95,00
Balanza digital	1	\$18,00	\$18,00
<b>Total</b>			<b>\$1.733,00</b>

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

**Tabla 65.** *Depreciación de Maquinaria y Equipo*

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor activo
0	\$156,00		\$1.733,00
1	\$156,00	\$156,00	\$1.577,00
2	\$156,00	\$312,00	\$1.421,00
3	\$156,00	\$468,00	\$1.265,00
4	\$156,00	\$624,00	\$1.109,00
5	\$156,00	\$780,00	\$953,00
6	\$156,00	\$936,00	\$797,00
7	\$156,00	\$1.092,00	\$641,00
8	\$156,00	\$1.248,00	\$485,00
9	\$156,00	\$1.404,00	\$329,00
10	\$156,00	\$1.560,00	\$173,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación de la maquinaria y equipo para la vida útil del proyecto.

#### Descripción

Se calculó por el método de línea recta para realizar la depreciación de cada activo fijo, primero se debe conocer cuál es el valor residual, donde este se multiplica el valor del activo por el porcentaje de depreciación ( $1.733 \times 10\% = 173$ ), luego se calcula la depreciación anual utilizando

la siguiente fórmula matemática: el valor del bien menos valor residual dividido para el número de años de vida útil del bien  $((1.733-173) / 10=156)$ . Finalmente, para la depreciación acumulada se procede a suma la depreciación del primer año más la depreciación anual del año siguiente.

- ✓ **Herramientas:** Son todos los materiales que ayudan a la producción de las galletas.

**Tabla 66.** *Herramientas*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cilindro de gas industrial	1	\$180,00	\$180,00
Cuchillos	1	\$20,00	\$20,00
Cortadores de galletas	3	\$1,65	\$4,95
Espátula	2	\$2,30	\$4,60
<b>Total</b>			<b>\$210,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica las herramientas necesarias para que la empresa pueda llevar a cabo el proceso productivo.

**Tabla 67.** *Depreciación de Herramientas*

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Activo
0			\$210,00
1	\$19,00	\$19,00	\$191,00
2	\$19,00	\$38,00	\$172,00
3	\$19,00	\$57,00	\$153,00
4	\$19,00	\$76,00	\$134,00
5	\$19,00	\$95,00	\$116,00
6	\$19,00	\$113,00	\$97,00
7	\$19,00	\$132,00	\$78,00
8	\$19,00	\$151,00	\$59,00
9	\$19,00	\$170,00	\$40,00
10	\$19,00	\$189,00	\$21,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación de las herramientas para la vida útil del proyecto.

- ✓ **Muebles y Enseres de Producción:** Son todos aquellos bienes que se utilizará en producción.

**Tabla 68.** *Muebles y Enseres de Producción*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mesa de trabajo	1	\$100,00	\$100,00
Bandejas	3	\$12,00	\$36,00
Sillas	2	\$5,00	\$10,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$146,00</b>

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

**Tabla 69. Depreciación de Muebles y Enseres de Producción**

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor activo
0			\$146,00
1	\$13,00	\$13,00	\$133,00
2	\$13,00	\$26,00	\$120,00
3	\$13,00	\$39,00	\$107,00
4	\$13,00	\$53,00	\$93,00
5	\$13,00	\$66,00	\$80,00
6	\$13,00	\$79,00	\$67,00
7	\$13,00	\$92,00	\$54,00
8	\$13,00	\$105,00	\$41,00
9	\$13,00	\$118,00	\$28,00
10	\$13,00	\$131,00	\$15,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación de los muebles y enseres de producción para la vida útil del proyecto.

- ✓ **Muebles y Enseres de Administración:** Hace referencia a los bienes que se utilizará en los diferentes departamentos administrativos.

**Tabla 70. Muebles y Enseres de Administración**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorio	3	\$150,00	\$450,00
Silla Giratoria	3	\$120,00	\$360,00
Silla de espera	3	\$30,00	\$90,00
Estante Archivador	2	\$60,00	\$120,00
<b>Total</b>			<b>\$1.020,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica los muebles y enseres necesarios en el área administrativa

**Tabla 71. Depreciación de Muebles y Enseres de Administración**

Años	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor Activo
0			\$1.020,00
1	\$92,00	\$92,00	\$928,00
2	\$92,00	\$184,00	\$836,00
3	\$92,00	\$275,00	\$745,00
4	\$92,00	\$367,00	\$653,00
5	\$92,00	\$459,00	\$561,00
6	\$92,00	\$551,00	\$469,00
7	\$92,00	\$643,00	\$377,00
8	\$92,00	\$734,00	\$286,00
9	\$92,00	\$826,00	\$194,00
10	\$92,00	\$918,00	\$102,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación de los muebles y enseres de administración para la vida útil del proyecto.

- ✓ **Equipo de Oficina:** Son los bienes que se requieren para el desarrollo en los diferentes departamentos administrativos.

**Tabla 72. Equipo de Oficina**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Teléfono Inalámbrico	2	\$46,00	\$92,00
Sumadora	2	\$40,00	\$80,00
<b>Total</b>			<b>\$172,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica el equipo de oficina necesarios en los departamentos administrativos

**Tabla 73. Depreciación de Equipo de Oficina**

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Activo
0			\$172,00
1	\$15,00	\$15,00	\$157,00
2	\$15,00	\$31,00	\$141,00
3	\$15,00	\$46,00	\$126,00
4	\$15,00	\$62,00	\$110,00
5	\$15,00	\$77,00	\$95,00
6	\$15,00	\$93,00	\$79,00
7	\$15,00	\$108,00	\$64,00
8	\$15,00	\$124,00	\$48,00
9	\$15,00	\$139,00	\$33,00
10	\$15,00	\$155,00	\$17,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación del equipo de oficina para que los departamentos de la empresa funciones correctamente

- ✓ **Equipo de Cómputo:** Es el equipo tecnológico esencial en las oficinas de todos los departamentos que hay en la empresa, permitiendo realizar tareas diarias y almacenar información

**Tabla 74. Equipo de Cómputo**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadora	3	\$300,00	\$900,00
Impresora	1	\$200,00	\$200,00
<b>Total</b>			<b>\$1.100,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica el equipo de cómputo necesario en los departamentos administrativos

**Tabla 75. Depreciación de Equipo de Cómputo**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR ACTIVO</b>
0			\$1.100,00
1	\$244,00	\$244,00	\$856,00
2	\$244,00	\$489,00	\$611,00
3	\$244,00	\$733,00	\$367,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación del equipo de cómputo necesarios para que los departamentos de la empresa trabajen correctamente.

### **Descripción**

Se calculó por el método de línea recta para realizar la depreciación, primero se debe conocer cuál es el valor residual, donde este se multiplica el valor del activo por el porcentaje de depreciación ( $1.100 \times 33,33\% = 366,63$ ), luego se calcula la depreciación anual utilizando la siguiente fórmula matemática: el valor del bien menos valor residual dividido para el número de años de vida útil del bien ( $(1.100 - 366,63) / 3 = 244$ ). Finalmente, para la depreciación acumulada se procede a suma la depreciación del primer año más la depreciación anual del año siguiente.

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

**Tabla 76. Reinversión del Equipo de Cómputo**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora	3	\$311,00	\$934,00
Impresora	1	\$207,00	\$207,00
<b>Total</b>			<b>\$1.141,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica la reinversión del equipo de cómputo necesario en los diferentes departamentos

**Tabla 77. Depreciación de la reinversión del Equipo de Cómputo**

<b>Años</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor Activo</b>
0			\$1.141,00
1	\$254,00	\$254,00	\$888,00
2	\$254,00	\$507,00	\$634,00
3	\$254,00	\$761,00	\$380,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación de la reinversión del equipo de cómputo para que los departamentos de la empresa funcionen correctamente.

- ✓ **Vehículo:** Permite transportar ya sea la materia prima o para la comercialización

**Tabla 78. Vehículo**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Hyundai Accent usada	1	\$10.500,00	\$10.500,00
<b>Total</b>			<b>\$10.500,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica la unidad móvil

**Tabla 79. Depreciación del Vehículo**

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Activo
0			\$10.500,00
1	\$1.995,00	\$1.995,00	\$8.505,00
2	\$1.995,00	\$3.990,00	\$6.510,00
3	\$1.995,00	\$5.985,00	\$4.515,00
4	\$1.995,00	\$7.980,00	\$2.520,00
5	\$1.995,00	\$9.975,00	\$525,00

**Nota.** La presente tabla indica la depreciación del vehículo para la vida útil del proyecto.

### Descripción

Se calculó por el método de línea recta para realizar la depreciación, primero se debe conocer cuál es el valor residual, donde este se multiplica el valor del activo por el porcentaje de depreciación ( $10.500 \times 20\% = 2.100$ ), luego se calcula la depreciación anual utilizando la siguiente fórmula matemática: el valor del bien menos valor residual dividido para el número de años de vida útil del bien ( $(10.500 - 2.100) / 5 = 1.680$ ). Finalmente, para la depreciación acumulada se procede a suma la depreciación del primer año más la depreciación anual del año siguiente.

### Resumen del presupuesto de activos fijos

El valor total de los activos fijos que la empresa deberá disponer para el funcionamiento de la misma es de \$14.745,55.

**Tabla 80. Resumen de la inversión para los activos fijos**

Detalle	Valor
Maquinaria y Equipo	\$1.733,00
Herramientas	\$209,55
Muebles y Enseres de Producción	\$10,00
Muebles y Enseres de Administración	\$1.020,00
Equipo de Oficina	\$172,00
Equipo de Computo	\$1.100,00
Vehículo	\$10.500,00
<b>Total</b>	<b>\$14.744,55</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 activos intangibles, que corresponden a los costos antes de que el proyecto entre a la etapa de operación.

**Tabla 81.** *Activos Diferidos*

Detalle	Valor
Patente	\$150,00
Estudios Preliminares	\$500,00
Registro Sanitario	\$400,00
Permiso de Funcionamiento	\$300,00
Permiso de Bomberos	\$50,00
Constitución de la compañía	\$1.000,00
<b>Total</b>	<b>\$2.400,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica los activos diferidos para que la empresa lleve a cabo sus operaciones

**Tabla 82.** *Amortización de los activos diferidos*

Año	Valor Anual	Amortización Acumulada	Valor del Activo
0			\$2.400,00
1	\$ 480,00	\$ 480,00	\$1.920,00
2	\$ 480,00	\$ 960,00	\$1.440,00
3	\$ 480,00	\$1.440,00	\$960,00
4	\$ 480,00	\$1.920,00	\$480,00
5	\$ 480,00	\$2.400,00	\$0,00

**Nota.** La presente tabla indica la amortización de los activos diferidos para cinco años

#### Descripción

Para realizar la amortización se divide el valor total de los activos diferidos para cinco años ( $2.400/5=480$ ), en cuanto a la amortización acumulada es la suma de la amortización anual del año actual con el año anterior; y el valor del activo se obtiene restando el valor actual de los diferidos con la amortización anual.

### 7.3.1.3. Capital de Trabajo

Son todos aquellos recursos necesarios para que la empresa pueda realizar sus operaciones con normalidad, entre ellos está la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa, el personal administrativo y de ventas, y algunos otros materiales utilizados dentro de cada departamento.

- ✓ **Materia Prima Directa:** Son todos los ingredientes indispensables para la elaboración de las galletas para perros. La cantidad requerida es para 1800 paquetes mensuales.

**Tabla 83. Materia Prima Directa**

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total, Mensual	Cantidad Anual	Total, Anual
Pollo	libra	150	\$1,80	\$270,00	1800	\$3.240,00
Zanahoria	libra	180	\$0,30	\$54,00	2160	\$648,00
Avena	libra	225	\$0,90	\$202,50	2700	\$2.430,00
<b>Total</b>				<b>\$526,50</b>		<b>\$6.318,00</b>

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

- ✓ **Materia Prima Indirecta:** Son los insumos que complementan al producto o no constituyen una parte integral del producto terminado, sin embargo, afecta el costo de producción.

**Tabla 84. Materia Prima Indirecta**

Detalle	Cantidad mensual	Precio unitario	Total, mensual	Cantidad anual	Total, anual
<b>Fundas kraft</b>	1800	\$0,10	\$180,00	21600	\$2.160,00
<b>Etiqueta</b>	3600	\$0,04	\$144,00	43200	\$1.728,00
<b>Total</b>			<b>\$324,00</b>		<b>\$3.888,00</b>

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

- ✓ **Materia de Obra Directa:** Son las personas que intervienen de manera directa en la transformación de la materia prima, los cuales representan un costo para la empresa.

**Tabla 85. Materia de Obra Directa**

Nomina	Valor
Remuneración	\$470,00
Décimo Tercer Sueldo	\$39,17
Décimo Cuarto Sueldo	\$37,50
Vacaciones	\$19,58
Aporte al IESS 11,15%	\$52,41
Aporte al IECE 0,5%	\$2,35
Aporte al SECAP 0,5%	\$2,35
Fondos de reserva 8,33%	\$39,15
Líquido a pagar mes	\$662,51
Número de obreros	2
<b>Total, mensual</b>	<b>\$1.325,01</b>
<b>Total, año</b>	<b>\$15.900,14</b>

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



- ✓ **Sueldos Administrativos:** Son las personas que trabajarán dentro de las oficinas y tienen funciones que no intervienen en el proceso de elaboración de las galletas

**Tabla 86. Sueldos Administrativos**

<b>Nomina</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria</b>	<b>Contador</b>	<b>Asesor Jurídico</b>
Remuneración	\$650,00	\$230,00	\$100,00	\$160
Décimo Tercer Sueldo	\$54,17	\$19,17		
Décimo Cuarto Sueldo	\$37,50	\$37,50		
Vacaciones	\$54,17	\$19,17		
Aporte al IESS 11,15%	\$72,48	\$25,65		
Aporte al IECE 0,5%	\$3,25	\$1,15		
Fondos de reserva 8,33%	\$54,15	\$19,16		
<b>Total, al mes</b>	<b>\$925,70</b>	<b>\$351,79</b>	<b>\$100,00</b>	<b>\$160</b>
<b>Total, al año</b>	<b>\$11.108,44</b>	<b>\$4.221,45</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$1.920,00</b>
<b>Total, Nómina</b>		<b>\$18.449,89</b>		

**Nota.** La presente tabla indica el rol de pagos del personal administrativos de la empresa.

- ✓ **Sueldos de Ventas:** Se trata de la persona encargada en la distribución y entrega directa al comprador.

**Tabla 87. Sueldo de Ventas**

<b>Nómina</b>	<b>Vendedor</b>
Remuneración	\$460,00
Décimo Tercer Sueldo	\$38,33
Décimo Cuarto Sueldo	\$37,50
Vacaciones	\$19,17
Aporte al IESS 11,15%	\$51,29
Aporte al IECE 0,5%	\$2,30
Fondos de reserva 8,33%	\$38,32
<b>Total, al mes</b>	<b>\$646,91</b>
<b>Total, al año</b>	<b>\$7.762,90</b>

**Nota.** La presente tabla indica el rol de pagos del personal de ventas de la empresa.

- ✓ **Servicios Básicos:** Estos servicios son imprescindibles para trabajar en cada departamento, además que son necesarios para cumplir con las actividades de producción de las galletas.

**Tabla 88. Servicios Básicos Administrativos**

Detalle	Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total
Agua	metro cubico	30,00	\$0,35	\$10,50
Energía Eléctrica	Kw/h	80,00	\$0,15	\$12,00
Móvil celular	plan	1,00	\$20,00	\$20,00
Internet	plan	1,00	\$20,00	\$20,00
Línea telefónica	minutos	100,00	\$0,15	\$15,00
<b>Total, mes</b>				<b>\$77,50</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$930,00</b>

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

**Tabla 89. Servicios Básicos de Producción**

Detalle	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Agua	metro cubico	300	\$0,35	\$105,00
Energía	Kw/h	130	\$0,15	\$19,50
Recargo de gas		2	\$15,00	\$30,00
<b>Total, mes</b>				<b>\$154,50</b>
<b>Total, año</b>				<b>\$1.854,00</b>

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

- ✓ **Suministros de Oficina:** Son todos aquellos costos de los materiales que se utilizarán para las actividades diarias en los diferentes departamentos administrativos.

**Tabla 90. Suministros de Oficina**

Detalle	Medida	Cantidad mensual	Precio unitario	Total, mensual	Cantidad anual	Total, anual
Resma de papel boom	Resma x 500	1	\$3,25	\$3,25	3	\$9,75
Esferos	Unidad	5	\$0,25	\$1,25	4	\$5,00
Tinta de impresora (4 colores)	Pack x 4	1	\$25,00	\$25,00	3	\$75,00
Corrector	Unidad	2	\$0,40	\$0,80	2	\$1,60
Carpetas archivadoras	Unidad	6	\$3,00	\$18,00	4	\$72,00
Grapadora	Unidad	3	\$1,50	\$4,50	1	\$4,50
Perforadora	Unidad	3	\$2,00	\$6,00	1	\$6,00
<b>Total</b>				<b>\$58,80</b>		<b>\$173,85</b>

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

- ✓ **Suministro de Aseo de Administración:** Son todos los elementos necesarios con el fin de realizar el aseo de las instalaciones de cada departamento.

**Tabla 91. Suministros de Aseo de Administración**

<b>Detalle</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total, mensual</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Total, anual</b>
Escobas	Unidad	1	\$2,00	\$2,00	1	\$2,00
Trapeadores	Unidad	1	\$1,50	\$1,50	1	\$1,50
Franelas	Unidad	2	\$1,00	\$2,00	1	\$2,00
Alcohol antiséptico	Litro	2	\$5,00	\$10,00	2	\$20,00
Desinfectante de pisos	Litro	2	\$3,00	\$6,00	2	\$12,00
Fundas para desechos (pack de 10)	Unidad	1	\$1,50	\$1,50	3	\$4,50
Jabón líquido	Litro	2	\$2,00	\$4,00	2	\$8,00
Papel higiénico (pack de 12)	Unidad	2	\$1,50	\$3,00	3	\$9,00
Guantes	Unidad	2	\$2,00	\$4,00	2	\$8,00
Lavador de inodoros	Unidad	2	\$1,50	\$3,00	1	\$3,00
Tachos de basura	Unidad	4	\$2,00	\$8,00	1	\$8,00
<b>Total</b>				<b>\$45,00</b>		<b>\$78,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica el presupuesto de los útiles de aseo de administración necesarios para que la empresa realice las actividades de limpieza.

- ✓ **Suministros de Aseo de Producción:** Se detallan los artículos necesarios que la empresa ocupa para realizar el aseo en el área de producción con la finalidad de eliminar residuos, aumentando la seguridad y el aseo tanto del producto como del personal.

**Tabla 92. Suministro de Aseo de Producción**

<b>Detalle</b>	<b>Medida</b>	<b>Cant. mensual</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total, Mensual</b>	<b>Cant. anual</b>	<b>Total, anual</b>
Escobas	Unidad	1	\$2,00	\$2,00	2	\$4,00
Trapeadores	Unidad	2	\$1,50	\$3,00	2	\$6,00
Franelas	Unidad	3	\$1,00	\$3,00	2	\$6,00
Alcohol antiséptico	Litro	2	\$5,00	\$10,00	3	\$30,00
Desinfectante de pisos	Litro	3	\$3,00	\$9,00	3	\$27,00
Fundas para desechos (pack de 10)	Unidad	1	\$1,50	\$1,50	3	\$4,50
Jabón líquido	Litro	2	\$2,00	\$4,00	2	\$8,00
Papel higiénico (pack de 12)	Unidad	2	\$1,50	\$3,00	3	\$9,00
Guantes	Unidad	2	\$2,00	\$4,00	2	\$8,00
Lavador de inodoros	Unidad	1	\$1,50	\$1,50	1	\$1,50
Gorros desechables (pack de 100)	Unidad	1	\$7,00	\$7,00	2	\$14,00
Guantes quirúrgicos (pack de 100)	Unidad	1	\$4,00	\$4,00	2	\$8,00
Mascarillas (pack de 50)	Unidad	1	\$2,00	\$2,00	2	\$4,00
Mandiles	Unidad	2	\$10,00	\$20,00	1	\$20,00
Botas quirúrgicas (pack de 100)	Unidad	1	\$10,00	\$10,00	2	\$20,00
Tachos de basura negra	Unidad	1	\$18,00	\$18,00	1	\$18,00
Tacho de basura verde	Unidad	1	\$18,00	\$18,00	1	\$18,00
<b>Total</b>				<b>\$120,00</b>		<b>\$206,00</b>

**Nota.** La presente tabla indica el presupuesto de los suministros de producción necesarios para que la empresa realice las actividades de limpieza.

- ✓ **Publicidad:** Para dar a conocer el producto se realizará publicidad en redes sociales, tanto en Facebook como en Instagram, siendo estas las dos plataformas que tuvieron mayor aceptación en la investigación de mercado.

**Tabla 93. Publicidad**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad en Facebook e Instagram	1	\$10,00	\$10,00	\$120,00
Mantenimiento de redes sociales	1	\$20,00	\$20,00	\$240,00
<b>Total</b>			<b>\$30,00</b>	<b>\$360,00</b>

**Nota.** La información fue tomada de la página web de Facebook e Instagram.

- ✓ **Arriendo:** Es el costo de la localización de un espacio físico donde se llevará a cabo todas las actividades de la empresa.

**Tabla 94. Arriendo**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Arriendo	1	\$400	\$400
<b>Total, mensual</b>			<b>\$400</b>
<b>Total, anual</b>			<b>\$4.800</b>

**Nota.** Indica el presupuesto de arriendo para que la empresa realice sus actividades

- ✓ **Combustible y Lubricante:** Son los valores a pagar por el concepto de gasolina y otros lubricantes para el funcionamiento del vehículo

**Tabla 95. Combustible y Lubricante**

Detalle	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Gasolina	Galón	20	2,50	50,00	600,00
Lubricante	Galón	1	25,00	25,00	75,00
<b>Total</b>				<b>75,00</b>	<b>675,00</b>

**Nota.** Información tomada del Gobierno ecuatoriano y Lubricante Castrol

- ✓ **Matrícula del vehículo:** Es el valor que se paga en la Agencia Nacional de Tránsito con el objetivo de que el vehículo pueda circular sin ningún impedimento. Este valor se paga anualmente, sin embargo, se lo prorateará de manera mensual.

**Tabla 96. Matrícula del vehículo**

Detalle	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Matriculación vehicular	Unidad	1	50,00	4,17	50,00
<b>Total</b>				<b>4,17</b>	<b>50,00</b>

**Nota.** Información tomada de la Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador ANT.

- ✓ **Mantenimiento del vehículo:** El vehículo tiene que estar en óptimas condiciones para su uso diario, por lo que se hará el respectivo mantenimiento.

**Tabla 97.** *Mantenimiento del vehículo*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Cant mensual	Cant. Anual
Mantenimiento	Unidad	1	50,00	50,00	150,00
<b>Total</b>				<b>50,00</b>	<b>150,00</b>

**Nota.** Información tomada del mecánico automotriz profesional.

### Resumen del presupuesto de capital de trabajo

El valor total del capital de trabajo que la empresa deberá disponer para el funcionamiento del mismo es de \$4.425,48

**Tabla 98.** *Resumen de capital de trabajo*

Resumen del Presupuesto del Capital del Trabajo	
Detalle	Valor
Materia Prima Directa	\$526,50
Materia Prima Indirecta	\$324,00
Mano de Obra Directa	\$1.325,01
Servicios Básicos de Producción	\$154,50
Suministro de aseo de Producción	\$120,00
Suministro de aseo de Administración	\$45,00
Sueldos Administrativos	\$1.377,49
Servicios Básicos Administrativos	\$77,50
Suministros de Oficina	\$58,80
Arriendo	\$400
Remuneración Ventas	\$646,91
Publicidad	\$30,00
Combustión y lubricantes	\$75,00
Matricula de Vehículo	\$4,17
Mantenimiento del Vehículo	\$50,00
<b>Total</b>	<b>\$5.164,88</b>

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

### 7.3.2. Resumen de la Inversión del Proyecto

Se realiza el resumen de toda la inversión para que la empresa inicie con las actividades, dando como resultado un monto de \$22.309,43

**Tabla 99.** *Resumen de la inversión del proyecto*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Activo Fijo	\$14.744,55
Activo Diferido	\$2.400,00
Capital de Trabajo	\$5.164,88
<b>Total</b>	<b>\$22.309,43</b>

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

#### 7.3.2.1. Financiamiento

El total de la inversión será financiado de la siguiente manera: \$10.000,00 serán provenientes de una fuente externa en este caso será de la institución financiera BanEcuador a una tasa de interés del 10,71%, pagada semestralmente durante los cinco años del proyecto y los \$12.309,43 restantes serán financiados por el aporte propio.

**Tabla 100.** *Financiamiento de la inversión*

<b>Fuente</b>	<b>Monto</b>	<b>Porcentaje</b>
Fuente interna	\$ 12.309,43	55%
Fuente externa	\$ 10.000,00	45%
<b>Total</b>	<b>\$ 22.309,43</b>	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla indica la división del capital para el financiamiento.

#### Amortización del Préstamos

La amortización se realizó de la siguiente manera: a los \$10.000,00 se dividió para 10 semestres que tienen los 5 años de vida útil del proyecto, se obtuvo la amortización de \$1.000,00

**Capital:** \$10.000,00

**Interés:** 10,71%

**Plazo:** 5 años

**Semestres:**10

**Interés Semestral:** 0,50

**Tabla 101. Amortización del Préstamo**

Años	Semestre	Saldo Inicial	Dividendo Semestral	Interés Semestral	Interés Anual	Cuota	Saldo Final
1	1	10.000,00	1.000,00	535,50		1.535,50	9.000,00
	2	9.000,00	1.000,00	481,95	1.017,45	1.481,95	8.000,00
2	1	8.000,00	1.000,00	428,40		1.428,40	7.000,00
	2	7.000,00	1.000,00	374,85	803,25	1.374,85	6.000,00
3	1	6.000,00	1.000,00	321,30		1.321,30	5.000,00
	2	5.000,00	1.000,00	267,75	589,05	1.267,75	4.000,00
4	1	4.000,00	1.000,00	214,20		1.214,20	3.000,00
	2	3.000,00	1.000,00	160,65	374,85	1.160,65	2.000,00
5	1	2.000,00	1.000,00	107,10		1.107,10	1.000,00
	2	1.000,00	1.000,00	53,55	160,65	1.053,55	-

**Nota.** La tabla indica la amortización del crédito.

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

#### Presupuesto del costo total de operaciones

El proyecto tiene un tiempo de duración de 5 años, es por este motivo que para la proyección del presupuesto de capital de trabajo para los sueldos se aplicó el porcentaje de 5,56% que es la tasa de incremento de acuerdo al sueldo; y para la proyección de los demás activos se tomó el 3,74%, que se obtuvo de la tasa de inflación. A continuación, se presenta la tabla general del presupuesto del costo total de operaciones:



**Tabla 102. Presupuesto del costo total de operaciones**

<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	\$6.318,00	\$6.554,29	\$6.799,42	\$7.053,72	\$7.317,53
Mano de obra directa	\$15.900,14	\$16.783,49	\$17.715,90	\$18.700,12	\$19.739,01
<b>Total, Costo Primo</b>	<b>\$22.218,14</b>	<b>\$23.337,78</b>	<b>\$24.515,32</b>	<b>\$25.753,84</b>	<b>\$27.056,54</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
Materia prima indirecta	\$3.888,00	\$4.033,41	\$4.184,26	\$4.340,75	\$4.503,10
Servicios básicos	\$1.854,00	\$1.923,34	\$1.995,27	\$2.069,90	\$2.147,31
Suministro de aseo de producción	\$206,00	\$213,70	\$221,70	\$229,99	\$238,59
Depreciación de maquinaria y equipo	\$156	\$156	\$156	\$156	\$156
Depreciación de herramientas	\$18,90	\$18,90	\$18,90	\$18,90	\$18,90
Depreciación de muebles y enseres	\$13,1	\$13,14	\$13,14	\$13,14	\$13,14
<b>Total, Costos Indirectos de Fabricación</b>	<b>\$6.136,01</b>	<b>\$6.358,47</b>	<b>\$6.589,24</b>	<b>\$6.828,65</b>	<b>\$7.077,01</b>
<b>Total, Costos de Producción</b>	<b>\$28.354,15</b>	<b>\$29.696,24</b>	<b>\$31.104,57</b>	<b>\$32.582,49</b>	<b>\$34.133,55</b>
<b>Costo de Operación</b>					
<b>Gastos de Administración</b>					
Sueldos y salarios	\$16.529,89	\$17.448,22	\$18.417,56	\$19.440,76	\$20.520,80
Servicios básicos	\$930,00	\$964,78	\$1.000,86	\$1.038,30	\$1.077,13
Arriendo	\$4.800,00	\$4.979,52	\$5.165,75	\$5.358,95	\$5.559,38
Suministros de oficina	\$173,85	\$180,35	\$187,10	\$194,09	\$201,35
Suministros de aseo y limpieza	\$78,00	\$80,92	\$83,94	\$87,08	\$90,34
Depreciación de muebles y enseres	\$91,80	\$91,80	\$91,80	\$91,80	\$91,80
Depreciación de equipo de oficina	\$15,48	\$15,48	\$15,48	\$15,48	\$15,48
Depreciación de equipo de computo	\$244,46	\$244,46	\$244,46	\$253,60	\$253,60
Amortización de diferido	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00
<b>Total, Gastos de Administración</b>	<b>\$23.343,47</b>	<b>\$24.005,52</b>	<b>\$25.206,96</b>	<b>\$26.480,07</b>	<b>\$27.809,88</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Remuneraciones	\$7.762,90	\$8.194,17	\$8.649,40	\$9.129,92	\$9.637,14
Publicidad y propaganda	\$360,00	\$373,46	\$387,43	\$401,92	\$416,95
Combustibles y lubricantes	\$675,00	\$700,25	\$726,43	\$753,60	\$781,79
Depreciación de vehículo	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costo de Operación</b>					
<b>Gastos de Ventas</b>					
Matricula de vehículo	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Mantenimiento del Vehículo	\$150,00	\$155,61	\$161,43	\$167,47	\$173,73
<b>Total, gastos de ventas</b>	<b>\$10.677,90</b>	<b>\$11.153,49</b>	<b>\$11.654,70</b>	<b>\$12.182,91</b>	<b>\$12.739,61</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
intereses sobre créditos	\$1.017,45	\$803,25	\$589,05	\$374,85	\$160,65
<b>Total, Gastos Financieros</b>	<b>\$1.017,45</b>	<b>\$803,25</b>	<b>\$589,05</b>	<b>\$374,85</b>	<b>\$160,65</b>
<b>Total, Costo de Operación</b>	<b>\$35.038,82</b>	<b>\$35.962,26</b>	<b>\$37.450,70</b>	<b>\$39.037,83</b>	<b>\$40.710,14</b>
<b>Total, de Costos</b>	<b>\$63.392,97</b>	<b>\$65.658,50</b>	<b>\$68.555,27</b>	<b>\$71.620,32</b>	<b>\$74.843,69</b>

**Nota.** La tabla indica el presupuesto de producción y operación para la vida útil del proyecto que son 5 años.

### 7.3.2.3. Costo Unitario de Producción

Para realizar el cálculo del costo unitario de producción, se tomó en cuenta el presupuesto del costo total dividido para las unidades de producción para así obtener el costo exacto de los paquetes.

**Tabla 103.** *Costo Unitario de Producción*

Años	Costo Total	Unidades Producidas	C.U.P.
1	63.392,97	23.400,00	2,71
2	65.658,50	23.400,00	2,81
3	68.555,27	23.400,00	2,93
4	71.620,32	23.400,00	3,06
5	74.843,69	23.400,00	3,20

**Nota.** La tabla indica el costo unitario de producción para los 5 años de vida útil del proyecto

### 7.3.2.4. Precio de Venta al Público

Para realizar el cálculo del precio de venta al público, se consideró el costo unitario más el porcentaje de utilidad del 29,19%. El precio de venta al público para el primer año será de \$3,50

**Tabla 104.** *Costo Unitario de Producción*

Años	C.U.P.	Margen de Utilidad	P.V.P.
1	2,71	29,19%	3,50
2	2,81	29,19%	3,62
3	2,93	29,19%	3,78
4	3,06	29,19%	3,95
5	3,20	29,19%	4,13

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

### Presupuesto de Ingresos

Se determinan por medio de las unidades a vender multiplicado por el precio de venta, en este caso se redondeó el precio de venta.

**Tabla 105.** *Presupuesto de ingresos*

Años	Unidades Producidas	P.V.P.	Ingresos Totales
1	23.400,00	3,50	81.897,38
2	23.400,00	3,62	84.824,22
3	23.400,00	3,78	88.566,55
4	23.400,00	3,95	92.526,29
5	23.400,00	4,13	96.690,57

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

### **7.3.2.5. Clasificación de los Costos**

Para proceder a realizar el punto de equilibrio es necesario identificar los costos fijos y variables, de acuerdo con la capacidad de producción.

**Tabla 106. Clasificación de los Costos**

<b>Detalle</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Costos Variables</b>					
Materia prima directa	6.318,00	6.554,29	6.799,42	7.053,72	7.317,53
Materia prima indirecta	3.888,00	4.033,41	4.184,26	4.340,75	4.503,10
Mano de obra directa	15.900,14	16.783,49	17.715,90	18.700,12	19.739,01
Combustibles y lubricantes	675,00	700,25	726,43	753,60	781,79
Servicios básicos de producción	1.854,00	1.923,34	1.995,27	2.069,90	2.147,31
<b>Total, costos variables</b>	<b>28.635,14</b>	<b>29.994,77</b>	<b>31.421,29</b>	<b>32.918,09</b>	<b>34.488,74</b>
<b>Costos Fijos</b>					
Suministro de aseo de producción	206,00	213,70	221,70	229,99	238,59
Depreciación de maquinaria y equipo de producción	155,97	155,97	155,97	155,97	155,97
Depreciación de herramientas de producción	18,90	18,90	18,90	18,90	18,90
Muebles y enseres de producción	13,14	13,14	13,14	13,14	13,14
Sueldos y salarios administrativos	16.529,89	17.448,22	18.417,56	19.440,76	20.520,80
Servicios básicos	930,00	964,78	1.000,86	1.038,30	1.077,13
Arriendo	4.800,00	4.979,52	5.165,75	5.358,95	5.559,38
Suministros de oficina	173,85	180,35	187,10	194,09	201,35
Suministros de aseo y limpieza	78,00	80,92	83,94	87,08	90,34
Depreciación de muebles y enseres	91,80	91,80	91,80	91,80	91,80
Depreciación de equipo de oficina	15,48	15,48	15,48	15,48	15,48
Depreciación de equipo de cómputo	244,46	244,46	244,46	253,60	253,60
Remuneraciones	7.762,90	8.194,17	8.649,40	9.129,92	9.637,14
Intereses sobre créditos	1.017,45	803,25	589,05	374,85	160,65
Publicidad y propaganda	360,00	373,46	387,43	401,92	416,95
Depreciación de vehículo	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
Matricula de vehículo	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Mantenimiento del vehículo	150,00	155,61	161,43	167,47	173,73
Amortización de diferido	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
<b>Total, Costos Fijos</b>	<b>34.757,83</b>	<b>36.143,73</b>	<b>37.613,97</b>	<b>39.182,22</b>	<b>40.834,95</b>
<b>Costo Total</b>	<b>63.392,97</b>	<b>66.138,50</b>	<b>69.035,27</b>	<b>72.100,32</b>	<b>75.323,69</b>

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

### 7.3.2.6. Punto de Equilibrio

Para conocer el punto de equilibrio se lo realizó en forma matemática los cálculos: según la capacidad y los ingresos, también de forma gráfica. A continuación, se muestran los cálculos correspondientes.

**Año 1**

#### **Punto de equilibrio según los ingresos**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{\$34.757,83}{1 - \left(\frac{\$28.635,14}{\$81.897,38}\right)}$$

$$PE = \frac{\$34.757,83}{0,65035337}$$

$$PE = \$53.444,53$$

#### **Punto de equilibrio según su capacidad**

$$PE = \left(\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}}\right) * 100\%$$

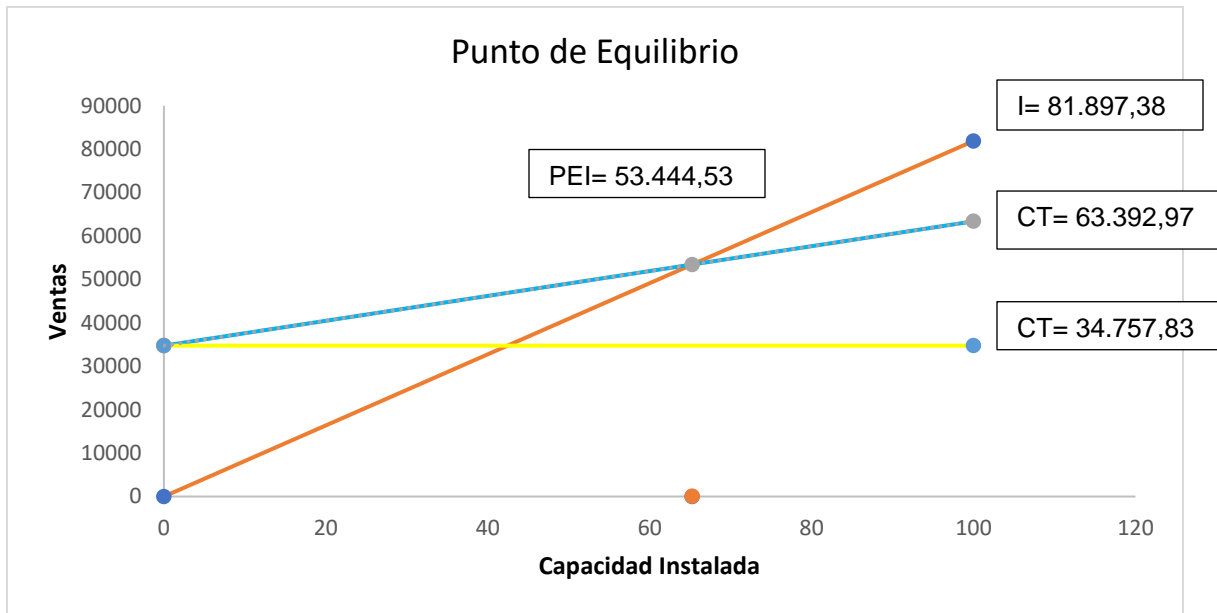
$$PE = \left(\frac{\$34.757,83}{\$81.897,38 - \$28.635,14}\right) * 100\%$$

$$PE = \left(\frac{\$34.757,83}{\$53.262,24}\right) * 100\%$$

$$PE = 0,65257921 * 100\%$$

$$PE = 65,26\%$$

**Figura 47. Punto de Equilibrio del Año 1**



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

**Análisis:** En el año 1, el punto de equilibrio se da cuando se realizan ventas por \$53.444,53 y se trabaja con una capacidad instalada de 65,26%; con estos valores la empresa ni gana ni pierde, dando como resultado el punto de equilibrio. Entonces, cuando la empresa tenga ingresos y capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdida, sin embargo, cuando estos sean mayores obtendrá ganancias.

### Año 3

#### Punto de equilibrio según los ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{\$37.613,97}{1 - \left(\frac{\$31.421,29}{\$88.566,55}\right)}$$

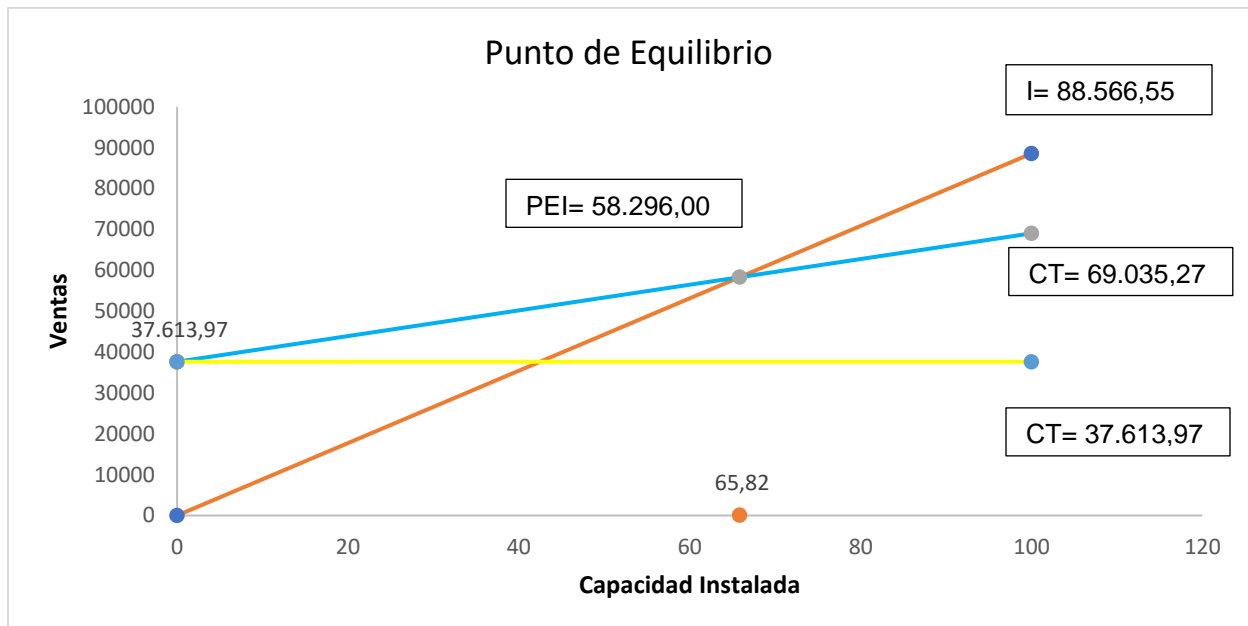
$$PE = \frac{\$37.613,97}{0,64522393}$$

$$PE = \$58.296,00$$

### Punto de equilibrio según su capacidad

$$PE = \left( \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} \right) * 100\%$$
$$PE = \left( \frac{\$37.613,97}{\$88.566,55 - \$31.421,29} \right) * 100\%$$
$$PE = \left( \frac{\$37.613,97}{\$57.145,26} \right) * 100\%$$
$$PE = 0,658216491 * 100\%$$
$$PE = 65,82\%$$

Figura 48. Punto de Equilibrio del Año 3



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

**Análisis:** En el año 3, el punto de equilibrio se da cuando se realizan ventas por \$58.296,00 y se trabaja con una capacidad instalada de 65,82%; con estos valores la empresa ni gana ni pierde, dando como resultado el punto de equilibrio. Entonces, cuando la empresa tenga ingresos y capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdida, sin embargo, cuando estos sean mayores obtendrá ganancias.



**Año 5**

**Punto de equilibrio según los ingresos**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{\$40.834,95}{1 - \left(\frac{\$34.488,74}{\$96.690,57}\right)}$$

$$PE = \frac{\$40.834,95}{0,64330814}$$

$$PE = \mathbf{\$63.476,51}$$

**Punto de equilibrio según su capacidad**

$$PE = \left(\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}}\right) * 100\%$$

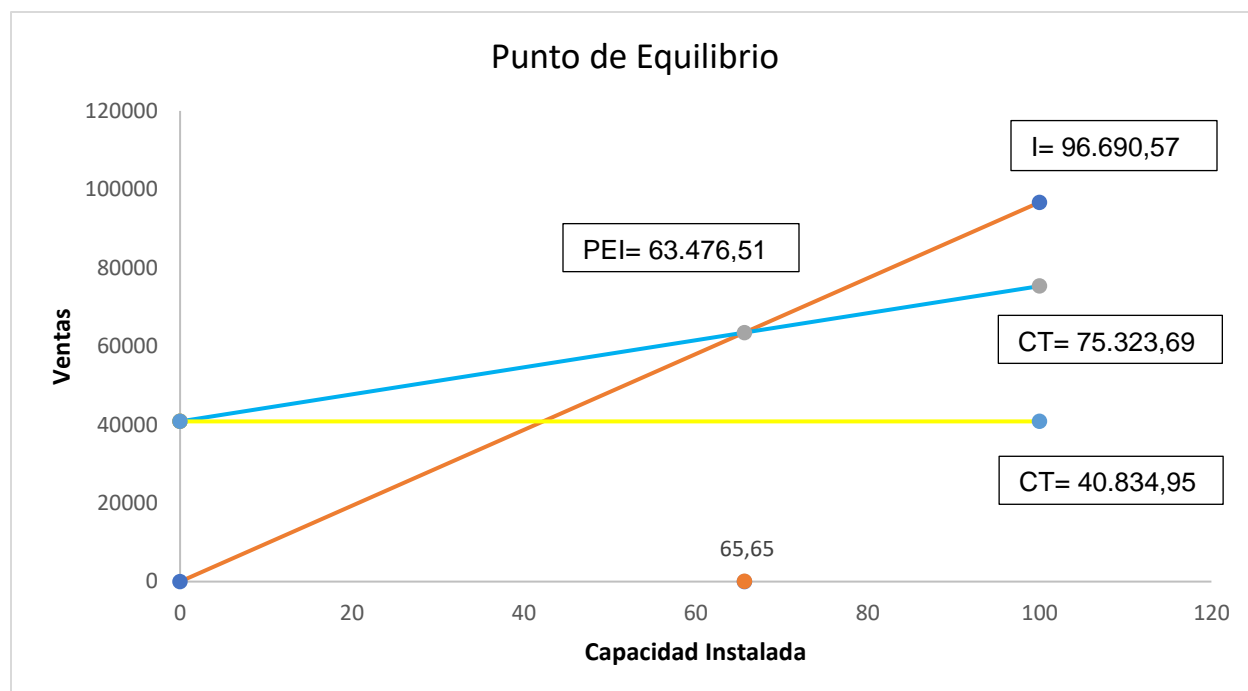
$$PE = \left(\frac{\$40.834,95}{\$96.690,57 - \$34.488,74}\right) * 100\%$$

$$PE = \left(\frac{\$40.834,95}{\$62.201,83}\right) * 100\%$$

$$PE = 0,65649122 * 100\%$$

$$PE = \mathbf{65,65\%}$$

**Figura 49.** Punto de Equilibrio del Año 5



**Nota.** La presente figura indica el punto de equilibrio del año 5.

**Análisis:** En el año 5, el punto de equilibrio se da cuando se realizan ventas por \$63.476,51 y se trabaja con una capacidad instalada de 65,65%; con estos valores la empresa ni gana ni pierde, dando como resultado el punto de equilibrio. Entonces, cuando la empresa tenga ingresos y capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdida, sin embargo, cuando estos sean mayores obtendrá ganancias.

### 7.3.2.7. Estados Financieros

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

Da a conocer si habrá utilidades o pérdidas en la empresa, se calcula en base a los ingresos y egresos.

Para determinar el estado de pérdidas y ganancias se considera lo establecido en el Código de trabajo y la Ley de Régimen Tributario: 15% utilidad a trabajadores y un 10% de reserva legal.

**Tabla 107. Estado de pérdidas y ganancias**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	81.897,38	84.824,22	88.566,55	92.526,29	96.690,57
(-) Costo de Producción	28.354,15	29.696,24	31.104,57	32.582,49	34.133,55
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>53.543,23</b>	<b>55.127,98</b>	<b>57.461,98</b>	<b>59.943,80</b>	<b>62.557,02</b>
(-) Costo de Operación	34.021,37	35.159,01	36.861,65	38.662,98	40.549,49
<b>(=) Utilidad antes de Gastos Financieros</b>	<b>19.521,86</b>	<b>19.968,97</b>	<b>20.600,33</b>	<b>21.280,82</b>	<b>22.007,52</b>
(-) Gastos financieros	1.017,45	803,25	589,05	374,85	160,65
<b>(=) Utilidad antes de antes de participación e impuestos</b>	<b>18.504,41</b>	<b>19.165,72</b>	<b>20.011,28</b>	<b>20.905,97</b>	<b>21.846,87</b>
(-) 15% Trabajadores	2.775,66	2.874,86	3.001,69	3.135,90	3.277,03
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>15.728,75</b>	<b>16.290,86</b>	<b>17.009,59</b>	<b>17.770,07</b>	<b>18.569,84</b>
(-) Impuesto a la fracción básica	3.932,19	4.072,71	4.252,40	4.442,52	4.642,46
<b>(=) Utilidad antes de Reserva Legal</b>	<b>11.796,56</b>	<b>12.218,14</b>	<b>12.757,19</b>	<b>13.327,56</b>	<b>13.927,38</b>
(-) 10% de Reservas	1.179,66	1.221,81	1.275,72	1.332,76	1.392,74
<b>(=) Utilidad Liquida</b>	<b>10.616,90</b>	<b>10.996,33</b>	<b>11.481,47</b>	<b>11.994,80</b>	<b>12.534,64</b>

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

### **Estado de flujo de caja**

El flujo de caja representa la diferencia entre las entradas y salidas de dinero, permite saber cómo la empresa ha obtenido y gastado su dinero en efectivo, y de cuanto dispondrá al final de cada periodo. Este estado financiero no constituye un indicador como tal, más bien es una herramienta básica para el proceso de evaluación pues proporciona la información para la aplicación de los indicadores.

**Tabla 108. Flujo de Caja Proyectado**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>					
Ventas	81.897,38	84.824,22	88.566,55	92.526,29	96.690,57
Valor residual	-	-	366,63	-	4.625,44
<b>Total, Ingresos</b>	<b>81.897,38</b>	<b>84.824,22</b>	<b>88.933,18</b>	<b>92.526,29</b>	<b>101.316,01</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo de Producción	28.354,15	29.696,24	31.104,57	32.582,49	34.133,55
Costo de Operación	35.038,82	35.962,26	37.450,70	39.037,83	40.710,14
Amortización de crédito	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Reinversión de equipo de cómputo			1.228,09		
(-) 15% Trabajadores	2.775,66	2.874,86	3.001,69	3.135,90	3.277,03
(-) Impuesto a la fracción	3.932,19	4.072,71	4.252,40	4.442,52	4.642,46
(-) 10% de Reservas	1.179,66	1.221,81	1.275,72	1.332,76	1.392,74
<b>Total, Egresos</b>	<b>73.280,48</b>	<b>75.827,89</b>	<b>80.313,17</b>	<b>82.531,48</b>	<b>86.155,92</b>
Flujo de Caja	8.616,90	8.996,33	8.620,01	9.994,80	15.160,09
(+) Depreciaciones	2.219,75	2.219,75	2.219,75	2.228,89	2.228,89
(+) Amortización de activos diferidos	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
<b>Flujo de Caja</b>	<b>11.316,65</b>	<b>11.696,08</b>	<b>11.319,76</b>	<b>12.703,69</b>	<b>17.868,98</b>

**Nota.** La tabla indica el flujo de caja para los 5 años

#### 7.4. Evaluación Financiera

Se determina la factibilidad financiera del proyecto, se analizan los indicadores esenciales del mismo tales como: VAN, TIR, PRC y Análisis de Sensibilidad. En base a lo antes mencionado es posible tomar decisiones en base a la rentabilidad del proyecto.

##### 7.4.1. Valor Actual Neto

Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, eso quiere decir que es el valor presente de los beneficios luego de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más el costo de oportunidad.

**Flujo de caja año 1=** \$11.316,65

**Factor de descuento=** 10,71% / 100= 0,1071

**Numero de periodo (n)=** 1

**Inversión=** \$22.309,43

**Cálculo del valor actualizado:**

$$VAN = FC(1 + i)^{-n}$$

$$VAN = 11.316,65(1 + 0.1071)^{-1}$$

$$VAN = 11.316,65(1,1071)^{-1}$$

$$VAN = 11.316,65(0,903)$$

$$VAN = 10.222,72$$

**Tabla 109.** Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Factor de Actualización	Flujos Netos Actualizados
1	11.316,65	0,903	10.222,72
2	11.696,08	0,816	9.544,15
3	11.319,76	0,737	8.344,16
4	12.703,69	0,666	8.459,09
5	17.868,98	0,602	10.748,35
<b>Sumatoria</b>			<b>47.318,47</b>
<b>Inversión</b>			<b>22.309,43</b>
<b>VAN</b>			<b>25.009,04</b>

**Nota.** La presente tabla muestra el valor actual neto en función al flujo de caja

Cálculo de valor actual neto:

$$VAN = \sum VA - Inversión$$

$$VAN = 47.318,47 - 22.309,43$$

$$VAN = 25.009,04$$

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguiente:

- ✓ Si el VAN es mayor a uno se acepta la inversión.
- ✓ Si el VAN es menos a uno se rechaza la inversión.
- ✓ Si el VAN es igual a uno es indiferente para la inversión.

Entonces, se puede concluir que el VAN del proyecto es de \$25.009,04, el cual es un valor positivo o mayor a uno, lo que representa que el valor es aceptable.

#### 7.4.2. Tasa Interna de Retorno

Se trata de la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión:

- ✓  $TIR >$  a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto.
- ✓  $TIR =$  a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- ✓  $TIR <$  a la tasa mínima de rendimiento exigida, debe rechazarse el proyecto.

**Tabla 110.** Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo de Caja	Factor de actualización	VAN Tasa Menor	Factor de actualización	VAN Tasa Mayor
0	- 22.309,43	46%		47%	
1	11.316,65	0,684932	7.751,13	0,6802721	7.698,40
2	11.696,08	0,469131	5.486,99	0,4627701	5.412,60
3	11.319,76	0,321323	3.637,29	0,3148096	3.563,57
4	12.703,69	0,220084	2.795,88	0,2141562	2.720,57
5	17.868,98	0,150743	2.693,61	0,1456845	2.603,23
		<b>Sumatoria</b>	22.364,91		21.998,37
		<b>Inversión</b>	22.309,43		22.309,43
		<b>VAN</b>	55,49		- 311,05

**Nota.** La tabla indica la Tasa Interna de Retorno

Para calcular la TIR del proyecto se emplea la siguiente fórmula:

$$TIR = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \left( \frac{\text{VAN tasa menor}}{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}} \right)$$

$$TIR = 46\% + 1\% \left( \frac{55,49}{55,49 - (-311,05)} \right)$$

$$TIR = 46\% + 1\% \left( \frac{55,49}{366,54} \right)$$

$$TIR = 46\% + 1\%(0,1513798)$$

$$TIR = 46\% + 0,15\%$$

$$TIR = 46,15\%$$

**Análisis:** La tasa interna de retorno obtenida para este proyecto es de 46,15% que es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, siendo esta de 46%, lo que significa que el proyecto es viable de acuerdo a los criterios de aceptación del TIR.

### 7.4.3. Periodo de Recuperación del Capital

Da a conocer el tiempo en que la empresa recuperará la inversión, se determina mediante los valores del flujo y la inversión.

**Tabla 111.** *Periodo de Recuperación de Capital*

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Sumatoria del Flujo Neto</b>
0	22.309,43	
1	11.316,65	11.316,65
2	11.696,08	23.012,73
3	11.319,76	34.332,48
4	12.703,69	47.036,17
5	17.868,98	64.905,15

**Nota.** La tabla indica el periodo de recuperación de capital.

Para la obtención del Periodo de Recuperación de Capital se aplicó la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Suma de flujo hasta el año que supera la inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 2 + \frac{22.309,43 - 23.012,73}{11.696,08}$$

$$PRC = 2 + \frac{-3703,30}{11.696,08}$$

$$PRC = 2 + (-0,06)$$

$$PRC = 1,94$$

**Cálculo:**

$$1,94 = 1 \text{ años}$$

$$0,94 * 12 = 11 \text{ meses}$$

$$0,28 * 30 = 8 \text{ días}$$

**Análisis:** El periodo de recuperación del capital es de 1,94; lo que significa que la inversión inicial se cubre en 1 años, 11 meses y 8 días.



#### 7.4.4. Relación Beneficio-Costo

Permite determinar el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto.

Los criterios de decisión de relación beneficio costo son:

- ✓ RBC<1, el proyecto no es rentable
- ✓ RCB=1, se deja al criterio del inversionista
- ✓ RCB> 1, el proyecto es rentable

**Tabla 112.** Relación Costo/Beneficio

Años	Ingreso Original	Egreso Original	Factor Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0					
1	81.897,38	63.392,97	0,90333	73.980,71	57.265,04
2	84.824,22	65.658,50	0,81601	69.217,64	53.578,17
3	88.566,55	68.555,27	0,73713	65.285,25	50.534,29
4	92.526,29	71.620,32	0,66588	61.611,10	47.690,30
5	96.690,57	74.843,69	0,60151	58.160,27	45.019,17
				328.254,97	254.086,98

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

Para la obtención de este indicador se aplicó la siguiente formula:

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{328.254,97}{254.086,98}$$

$$RBC = 1,29$$

**Análisis:** La relación beneficio costo para el proyecto es mayor a uno, con un valor de 1,29. Eso quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá 0,29 ctvs. de rentabilidad.

#### 7.4.5. Análisis de Sensibilidad

Este indicador mide la resistencia del proyecto ante situaciones de cambios económicos: en el aumento de los costos de la inversión y la disminución de los ingresos; es decir, permite evaluar si la tasa de rentabilidad del proyecto afecta o no.

Los criterios de decisión respecto al análisis de sensibilidad son:

- ✓ Sensibilidad <1, el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad
- ✓ Sensibilidad =1, no hay ningún efecto sobre el proyecto
- ✓ Sensible >1, el proyecto es sensible los cambios reducen o anulan la rentabilidad

#### Análisis de sensibilidad con incremento de costos

Para conocer si el proyecto es sensible se realiza un incremento de 15,10% obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 113.** *Análisis de sensibilidad con incremento de costos*

<b>Años</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Incremento Costos</b>	<b>Ingresos Totales</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>VAN Menor</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>VAN Mayor</b>
0		15,10%				31%		32%
1	63.392,97	72.965,31	81.897,38	8.932,07	0,76335878	6.818,37	0,76	6766,7198
2	65.658,50	75.572,94	84.824,22	9.251,28	0,58271662	5.390,88	0,57	5309,50595
3	68.555,27	78.907,11	88.566,55	9.659,44	0,44482185	4.296,73	0,43	4199,81369
4	71.620,32	82.434,98	92.526,29	10.091,30	0,33955866	3.426,59	0,33	3323,92715
5	74.843,69	86.145,09	96.690,57	10.545,48	0,25920509	2.733,44	0,25	2631,45862
<b>Total</b>						<b>22.666,01</b>		<b>22.231,43</b>
<b>(-) Inversión</b>						<b>22.309,43</b>		<b>22.309,43</b>
<b>Valor Actual Neto</b>						<b>356,58</b>		<b>-78,00</b>

**Nota.** La tabla indica el análisis de sensibilidad con incremento en costos.

Para la obtención de la sensibilidad del proyecto, se realiza el siguiente procedimiento:

- ✓ Primero se calcula la nueva TIR, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + DT \left( \frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$
$$NTIR = 31\% + 1\% \left( \frac{356,58}{356,58 - (-78,00)} \right)$$
$$NTIR = 31\% + 1\% \left( \frac{356,58}{434,58} \right)$$
$$NTIR = 31\% + 1\% (0,8205133)$$
$$NTIR = 31\% + 0,008205133$$
$$NTIR = 31,82\%$$

- ✓ Seguidamente se calcula la diferencia de la TIR, utilizando la siguiente fórmula:

$$DIF TIR = TIR - NTIR$$

$$DIF TIR = 46,15\% - 31,82\%$$

$$DIF TIR = 14,33\%$$

- ✓ Se calcula el porcentaje de variación entre la TIR, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$\% VARIACIÓN = \frac{DIF TIR}{TIR} * 100$$

$$\% VARIACIÓN = \frac{14,33\%}{46,15\%} * 100$$

$$\% VARIACIÓN = 31\% * 100$$

$$\% VARIACIÓN = 31,05$$

- ✓ Finalmente se realizó el cálculo de Análisis de Sensibilidad por medio de la siguiente fórmula:

$$AS = \frac{\% VARIACIÓN}{NTIR}$$

$$AS = \frac{31\%}{31,82\%}$$

$$AS = 0,98$$

### **Análisis**

El análisis de sensibilidad indica que el proyecto no es sensible a cambios, y que resiste a un incremento de los costos del 15,10%; eso quiere 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 de ingresos**

Para saber si el proyecto es sensible en este apartado se disminuyeron los ingresos a un, 11,70%, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 114. Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos**

<b>Años</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Ingresos Originales</b>	<b>Ingreso Disminuido</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>VAN Menor</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>VAN Mayor</b>
0			11,70%			31%		32%
1	63.392,97	81.897,38	72.315,39	8.922,42	0,763358779	6.811,00	0,7575758	6.759,41
2	65.658,50	84.824,22	74.899,79	9.241,28	0,582716625	5.385,05	0,573921	5.303,77
3	68.555,27	88.566,55	78.204,26	9.649,00	0,444821851	4.292,08	0,4347887	4.195,27
4	71.620,32	92.526,29	81.700,71	10.080,39	0,339558665	3.422,89	0,3293853	3.320,33
5	74.843,69	96.690,57	85.377,77	10.534,08	0,259205088	2.730,49	0,2495344	2.628,61
<b>Sumatoria</b>						22.641,51		22.207,40
<b>(-) Inversión</b>						22.309,43		22.309,43
<b>Valor Actual Neto</b>						332,08		- 102,03

*Nota:* La tabla indica el análisis de sensibilidad con disminución de ingresos

Para la obtención de la sensibilidad del proyecto, se realiza el siguiente procedimiento:

- ✓ Primero se calcula la nueva TIR, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + DT \left( \frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$
$$NTIR = 31\% + 1\% \left( \frac{332,08}{332,08 - (-102,03)} \right)$$
$$NTIR = 31\% + 1\% \left( \frac{332,08}{434,11} \right)$$
$$NTIR = 31\% + 1\% (0,76496473)$$
$$NTIR = 31\% + 0,007649647$$
$$NTIR = 32\%$$

- ✓ Seguidamente se calcula la diferencia de la TIR, utilizando la siguiente fórmula:

$$DIF TIR = TIR - NTIR$$
$$DIF TIR = 46,15\% - 32\%$$
$$DIF TIR = 14,39\%$$

- ✓ Se calcula el porcentaje de variación entre la TIR, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$\% VARIACIÓN = \frac{DIF TIR}{TIR} * 100$$
$$\% VARIACIÓN = \frac{14,39\%}{46,15\%} * 100$$
$$\% VARIACIÓN = 31\% * 100$$
$$\% VARIACIÓN = 31,17$$

- ✓ Finalmente se realizó el cálculo de Análisis de Sensibilidad por medio de la siguiente fórmula:

$$AS = \frac{\% VARIACIÓN}{NTIR}$$
$$AS = \frac{31\%}{32\%}$$
$$AS = 0,98$$

### Análisis

El análisis de sensibilidad indica que el proyecto no es sensible a cambios, y que resiste a una disminución de 11,70%; eso quiere decir, si los ingresos disminuyen con un porcentaje mayor a este valor, los cambios afectaran a la rentabilidad del proyecto.

## 8. Conclusiones

Al terminar el Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- ✓ Al realizar el estudio de mercado en la ciudad de Loja, en el análisis tanto de la oferta como de la demanda, se determina que el proyecto es factible; estos resultados obtenidos muestran que existe una demanda insatisfecha de 283.802,00 paquetes de galletas, para el primer año.
- ✓ Mediante el estudio técnico se pudo determinar que la capacidad instalada para la empresa será de 98.550 paquetes al año; por lo que la empresa llevará a efecto la producción de 23.400 paquetes al año de acuerdo a su capacidad utilizada, con dichos resultados se determinó que la empresa tendrá una participación en el mercado del 8%.
- ✓ Respecto a la localización de la empresa se determinó que deberá estar ubicada en la parroquia Sucre de la ciudad de Loja, debido a las facilidades que ofrece esta zona tanto para sus clientes como para el ingreso de materia prima.
- ✓ En el estudio legal administrativo, se determinó que la empresa productora y comercializadora de galletas para perros, adoptará la denominación de compañía de responsabilidad limitada, y llevará su razón social como CHAZOS PREMIUM Cía. Ltda., la cual constará con su respectivo logotipo de imagen institucional para su identificación. Contará con una estructura organizacional de gerente, secretaria, contadora (ocasional), asesor jurídico, departamento de ventas, de producción que contará con dos obreros.
- ✓ Al realizar el estudio económico, se pudo determinar que la inversión para la implementación del proyecto será de \$22.309,43 dólares, de los cuales el 55%, es decir \$12.309,43 dólares serán de capital propio; mientras que el 45%, es decir \$10.000,00 dólares serán financiados por una institución financiera con tasa de interés de 10,71%, en pagos semestrales a 5 años plazo.
- ✓ El costo de producción del primer año será de \$63.392,97 dólares para lo cual se obtendrá un ingreso de \$81.897,38 dólares, se tendrá un precio de venta de \$3,50 por un paquete de 20 unidades con un contenido total de 200g, con un margen de utilidad del 29,19%
- ✓ Mediante la evaluación financiera del proyecto se pudo determinar los resultados de los siguientes indicadores: el VAN positivo de \$25.009,04; la TIR de 46,15%, lo cual es rentable; la relación beneficio-costo de \$1,29 dólares, lo cual quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,29 centavos de rentabilidad; el periodo de recuperación de capital será en un tiempo de 1 años, 11 g, 8 días; el análisis indica que el proyecto soporta

un incremento en los costos de 15,10% con una sensibilidad de 0.98, mientras que el mismo soportará una disminución en sus ingresos de hasta 11,70%, generándose una sensibilidad del 0,98, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es factible.

## **9. Recomendaciones**

- ✓ Al finalizar el proyecto se determinó que, si es factible, por lo que es recomendable su implementación, por lo que se obtendrá rentabilidad positiva, además que contribuirá al desarrollo socio económico de la ciudad.
- ✓ Se debe tener en cuenta la ejecución del plan de comercialización e implementar las estrategias propuestas para que la empresa pueda posicionarse en el mercado.
- ✓ Ejecutar proyectos de investigación de mercado para satisfacer adecuadamente los gustos y preferencias de los clientes.
- ✓ Aprovechar la información obtenida de la investigación como es la inversión estimada para la puesta en marcha del presente proyecto.
- ✓ Al estar en un mercado con constantes cambios la empresa debe tener en cuenta la innovación, tanto en el proceso productivo, tecnología y la gestión organizacional con la finalidad de que la empresa sea más competitiva.



## 10. Bibliografía

- Baca, G. U. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.  
<https://pabloreyesviol.files.wordpress.com/2018/05/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>
- Cárdenas, M. S. (11 de 2020). *repositoria uide*. repositoria uide:  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4375/1/T-UIDE-1374.pdf>
- Cárdenas, M. S. (11 de 2020). *Repositorio de la Universidad Internacional del Ecuador* .  
Repositorio de la Universidad Internacional del Ecuador :  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4375/1/T-UIDE-1374.pdf>
- Castañeda, D. (2008). *ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO. Marco Legal* . ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO. Marco Legal : <https://prezi.com/tdn9s9-dit3r/aspectos-legales-del-proyecto/?frame=28f90a328e460fb4a4ff292bb10f1a2ece574031>
- Censos, I. N. (2011). *Ecuador en Cifras*. Ecuador en Cifras:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NS\\_E\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NS_E_Presentacion.pdf)
- Censos, I. N. (2011). *Ecuador en Cifras*. Ecuador en Cifras:  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NS\\_E\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NS_E_Presentacion.pdf)
- Estrada, A. C. (2020). *Udla*. Udla: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/13126/1/UDLA-EC-TIM-2020-15.pdf>
- Hidalgo, J. M. (2014). *Udla*. Udla: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1432/1/UDLA-EC-TINI-2014-34.pdf>
- Huancani, W. R. (12 de 2018). *Repositorio de la universidad Mayor de San Andrés* . Repositorio de la universidad Mayor de San Andrés :  
<https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/24281/PT-259.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hutter, E. R. (1991). *Nutrición en caninos y felinos*. Buenos Aires.  
[https://www.centralvet.cl/img/cms/Nutricion\\_en\\_caninos\\_y\\_felinos\\_Dr\\_Hutter.pdf](https://www.centralvet.cl/img/cms/Nutricion_en_caninos_y_felinos_Dr_Hutter.pdf)
- Jimenez, E. N. (1997). *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos*. México, D.F.: Instituto Nacional de Administración Pública, A.C.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación.

- Leyva, L. (24 de 09 de 2022). *Animal Fiel*. Animal Fiel: <https://www.animalfiel.com/perros/tipos-snack-perro/>
- López, E. (10 de 02 de 2022). *Experto animal*. Experto animal: [https://www.expertoanimal.com/beneficios-de-la-zanahoria-para-perros-22942.html#anchor\\_1](https://www.expertoanimal.com/beneficios-de-la-zanahoria-para-perros-22942.html#anchor_1)
- Macas, S. F., y Ortiz, E. A. (06 de 2020). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Repositorio Escuela Politécnica Nacional : <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/20973/1/CD%2010496.pdf>
- Marín, H. A. (08 de 02 de 2023). *Dogsplanet*. Dogsplanet: <https://www.dogsplanet.com/es/alimentacion/manzana-perros/>
- Martinez, I. (18 de 01 de 2021). *Barkyn*. Barkyn : <https://blog.barkyn.es/alimentacion/puede-mi-perro-comer-zanahorias-5-beneficios-de-este-alimento-para-perros>
- Molina, I. C. (2015). *Repositorio de la Universidad Tecnica de Ambato*. Repositorio de la Universidad Tecnica de Ambato : <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13034/1/FCHE-PSIC-119.pdf>
- Morales, A. C., y Morales, J. A. (2009). *Proyectos de Inversion*. México : Mc Graw Hill.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pasaca, M. E. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- Petfood. (12 de 01 de 2018). *Petfood*. Petfood: <https://allpetfood.net/entrada/la-historia-del-petfood-118/>
- Ramos, J. A. (20 de 11 de 2017). *Soy un perro*. Soy un perro: [https://soyunperro.com/cuando-dar-snacks-a-perro/#Que\\_es\\_un\\_Snack\\_y\\_por\\_que\\_es\\_importante](https://soyunperro.com/cuando-dar-snacks-a-perro/#Que_es_un_Snack_y_por_que_es_importante)
- Sánchez, J. O. (31 de 05 de 2016). *Blogspot*. Blogspot: <https://nivelesdelaempresa1.blogspot.com/2016/>
- Santos, T. S. (11 de 2008). *Contribuciones a la economía*. Contribuciones a la economía: [https://econpapers.repec.org/article/ervcontri/y\\_3a2008\\_3ai\\_3a2008-11\\_3a2.htm](https://econpapers.repec.org/article/ervcontri/y_3a2008_3ai_3a2008-11_3a2.htm)
- Stone, C. M. (27 de 07 de 2002). *Repositorio de la UNAM*. Repositorio de la UNAM: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/MartinezSCM/tesis.html>
- Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Union de editoriales.
- Vasquez, E. J., Guardia, G. M., Chang, J. Y.-N., y Purizaca, J. W. (15 de 07 de 2018). *UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624780/arana\\_ve.pdf?sequence=13&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624780/arana_ve.pdf?sequence=13&isAllowed=y)

Viñan, J., Puente, M., Ávalos, J., y Córdova, J. (15 de 07 de 2018). *Proyectos de inversión un enfoque práctico*. ESPOCH. Repositorio academico:

<https://www.studocu.com/latam/document/universidad-tecnologica-de-honduras/metodos-y-tecn-de-investigacion/1-libro-de-la-clase-proyectos-de-inversion-un-enfoque-practico/34825346>

Walker, A. (1980). *Alimentación del perro*. Zaragoza, España. : Acribia.

## 11. Anexos

### Anexo 1

*Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja*

**Universidad Nacional de Loja**  
**Facultad Jurídica, Social y Administrativa**  
**Administración de Empresas**

Estimado(a) amigo(a) sírvase responder la siguiente encuesta, mismo que tiene por objeto recabar información para la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja; esta información será manejada confidencialmente por el autor de la investigación.

**1. ¿Cuántos perros tiene en su familia?**

1

2

3

Mas de 3

**2. Le da algún tipo de snack a su perro (bocadillo, aperitivo fuera de su alimentación diaria)**

Sí

No  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**SI SU RESPUESTA ES NO DIRIJASE A LA PREGUNTA #10**

**3. ¿Ofrece galletas tipo snack a su perro?**

Sí

No  ¿Por qué?

**SI SU RESPUESTA ES SÍ, CONTINUE CON LA ENCUESTA, DE LO CONTRARIO DIRIJASE A LA PREGUNTA #10**

**4. ¿Qué características considera importantes al comprar las galletas?**

Ingredientes

Tamaño/Contenido

Envase

Marca

Precio

Otro \_\_\_\_\_

**5. Señale la cantidad de paquetes que compra mensualmente según el contenido en gramos.**

- |       |         |          |          |          |
|-------|---------|----------|----------|----------|
|       | 1       | 2        | 3        | 4        |
|       | paquete | paquetes | paquetes | paquetes |
| 100 g |         |          |          |          |
| 200 g |         |          |          |          |
| 300 g |         |          |          |          |
| 400 g |         |          |          |          |
| 500 g |         |          |          |          |

**6. ¿Dónde adquiere las galletas?**

supermercado  veterinaria  tiendas en línea  tienda del barrio

**7. ¿Qué medios de información utiliza con más frecuencia?**

Radio Local  Televisión Local  Redes Sociales   
 ¿Cuál?: \_\_\_\_\_ ¿Cuál?: \_\_\_\_\_ ¿Cuál?: \_\_\_\_\_

Prensa Escrita  Hojas Volantes  Otro \_\_\_\_\_  
 ¿Cuál?: \_\_\_\_\_

**8. ¿En qué tipo de envase adquiere las galletas?**

Tarrina  Funda plástica  Envasado al vacío  Bolsa cierre hermético

**9. Señale el tipo de promoción que ha recibido.**

Descuentos  Regalos  Muestras gratis  Dos por uno   
 Ninguno  Otro \_\_\_\_\_

**LAS GALLETAS CON PROTEÍNAS, FRUTAS Y VERDURAS TIENEN BENEFICIOS PARA SU PERRO.**

Las proteínas les proporcionan energía, tiene fuente de ácidos grasos que son buenos para la piel y pelaje.

Los beneficios de la fruta, que además de portar vitaminas, ofrece una alta digestibilidad, así mismo, gracias a su proporción de agua los mantiene hidratados

Las verduras contienen propiedades antioxidantes, fibra y ayuda al sistema digestivo.

**10. En caso de crear una empresa para producir y comercializar galletas para perros en la ciudad de Loja ¿estaría dispuesto(a) a comprar**

Sí

No  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**11. Seleccione el sabor de las galletas que desearía para su canino.**

Manzana

Zanahoria con pollo

**12. ¿Cuántos paquetes mensualmente compraría si se realizaría las nuevas galletas de 20 unidades de 200g?**

1 paquete

2 paquetes

3 paquetes

Otro \_\_\_\_\_

**13. ¿En qué tipo de envase le gustaría comprar las galletas?**

Tarrina

Funda

Envasado al vacío

Bolsa cierre hermético

**14. ¿Dónde le gustaría adquirir las galletas?**

supermercado

veterinaria

tiendas en línea

tienda del barrio

**15. ¿Por qué medios le gustaría recibir información de las galletas?**

Radio

Televisión

Redes Sociales

Prensa Escrita

¿Cuál?: \_\_\_\_\_

¿Cuál?: \_\_\_\_\_

¿Cuál?: \_\_\_\_\_

¿Cuál?: \_\_\_\_\_

Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**16. ¿En qué horario con más frecuencia utiliza el medio de comunicación antes mencionado?**

Marque con una X una sola opción

Mañana

Tarde

Noche

**17. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?**

Descuentos  Regalos  Muestras gratis  Dos por uno

## **Anexo 2**

*Encuesta aplicada a los ofertantes*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

Estimado Sr. (a)

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 galletas para perros en la ciudad de Loja, me dirijo a Usted, para solicitarle de la manera más comedida se digne contestar las siguientes preguntas:

**1. Nombre de la empresa**

\_\_\_\_\_

**2. Comercializa galletas para perros**

Si

No

**3. Señale la cantidad de paquetes que vende mensualmente según el contenido en gramos.**

	1	2	3	4
	paquete	paquetes	paquetes	paquetes
100 g				
200 g				
300 g				
400 g				
500 g				

**4. ¿Qué tipo de envase es el más adquirido por el cliente?**

Tarrina  
Funda plástica  
Envasado al Vacío  
Bolsa de cierre hermético

**5. Qué porcentaje de ventas a incrementado en el año 2022**

5%  
10%  
15%  
20%

**6. ¿Qué promociones recibe de sus proveedores por la venta de las galletas de 200 gr?**

Descuentos  
regalos  
muestras gratis  
dos por uno  
ninguno



### Anexo 3

CERTF. N° 10.9 – 2024  
Loja, 16 de junio del 2024

El suscrito Franco Guillermo Abrigo Guarnizo.

**Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés**

A petición de la parte interesada y en forma legal.

## CERTIFICA:

Que **Paola Isabel Montesinos Palma** con cédula de identidad número **Cedula:** 1150797619, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del Trabajo de Integración Curricular denominado **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas para perros en la ciudad de Loja.**

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la interesada hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
FRANCO GUILLERMO ABRIGO GUARNIZO

.....  
Franco Guillermo Abrigo Guarnizo

**Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés**

Número de Registro Senescyt: 1008-2021-2368808

Cédula: 1104492127