



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

“Elaboración del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de casas de madera para mascotas, en la Ciudad de Loja”

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL
GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

AUTORA

Martha Cecilia Poma Quituizaca

DIRECTOR :

Ing: Oscar Gómez Cabrera Mg.Sc

LOJA - ECUADOR

2016

CERTIFICACION

Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera

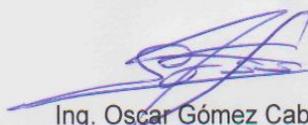
**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y
DIRECTOR DE TRABAJO DE TESIS**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación denomina: "**ELABORACION DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CASAS DE MADERA PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE LOJA**" autoría de Martha Cecilia Poma Quituzaca, previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, ha sido realizado bajo mi supervisión y luego de haber cumplido con las sugerencias y observaciones realizadas, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo, informe del director de tesis, indicando la misma de conformidad con el cronograma establecido.

Loja, Diciembre del 2016.

Atentamente;



Ing. Oscar Gómez Cabrera

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo , Martha Cecilia Poma Quituzaca, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y responsable expreso a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente declaro y autorizo a la Universidad Nacional de Loja , la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora:Martha Cecilia Poma Quituzaca

Firma  _____

Cedula:1103926299

Fecha: Loja, Diciembre del 2016.

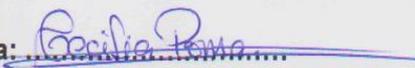
**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL TOTAL, Y
PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo , Martha Cecilia Poma Quitoizaca, declaro ser la autora de la tesis titulada **“ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CASAS DE MADERA PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que se realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de diciembre del dos mil dieciseis, firma el autor.

Firma: 

Autora: Martha Cecilia Poma Quitoizaca

Cedula: 1103926299

Dirección: Barrio San Cayetano Alto en la ciudad de Loja

Via Zamora y la Paris

Correo Electrónico: ceci_poma33@hotmail.com

Teléfono: 61-17-17

Celular: 0991410803

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Oscar Anibal Gómez Cabrera

TRIBUNAL DE GRADO

Presidente de tribunal: Ing. Manuel Pasaca Mora Mg, Sc

Miembro de tribunal: Ing. Juan Encalada Orozco Mg, Sc

Miembro de tribunal: Ing. Talia Quizhpe Salazar Mg, Sc

DEDICATORIA

Este presente trabajo quiero dedicarle en primer lugar a Dios por fortalecerme cada día y llenar mi espíritu de optimismo para cumplir con mi propósito de superación, además en especial a mi esposo a mi hija por su apoyo constante y permanente, por tenerme paciencia y comprensión en mis horas de ausencia y apoyo con todo su cariño, a mis familiares por su motivación.

Martha Cecilia Poma Quituzaca

AGRADECIMIENTO

Al concluir la carrera quiero dejar constancia de nuestra eterna gratitud y un especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por darnos la oportunidad de cursar y culminar nuestros estudios superiores, también la Carrera de Administración de Empresas por permitirnos formarnos como profesional, a su planta docente, quienes desinteresadamente supieron compartir sus conocimientos en forma oportuna y sincera; a nuestro Director de Tesis al Ing. Oscar Gómez en forma profesional y leal orientó el presente trabajo de tesis.

A mis familiares, quienes con su estímulo permanente y ayuda incondicional se han convertido en motores impulsores para la elaboración de esta trayectoria hasta mi exitosa culminación de mi proyecto.

La Autora

a. TITULO.

**“ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE CASAS DE MADERA PARA MASCOTAS,
EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

La presente investigación, se la realizó en la ciudad Loja con el fin de determinar la factibilidad financiera para la **“ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CASAS DE MADERA PARA MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Los objetivos básicos de la investigación fueron: realizar el estudio de mercado para determinar las condiciones de oferta y demanda de las casas para mascotas; realizar el estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la empresa, la ingeniería del proyecto y el diseño organizacional; el estudio financiero para determinar el monto de las inversiones, los costos totales y unitarios, su precio de venta así como elaborar los estados financieros básicos y finalmente determinar el punto de equilibrio; la evaluación financiera para en base a los indicadores determinar la factibilidad de la propuesta.

La metodología que se utilizó para el estudio de mercado fue el método inductivo el cual nos sirvió para la recopilación de la información de las encuestas para conocer los gustos y preferencias sobre el producto que son las casas de madera para las mascotas en la ciudad de Loja. El método deductivo se lo aplicó para poder acceder a las teorías sobre los proyectos de inversión y los procesos productivos de las casas para mascotas; también se recurrió a la técnica de la observación directa para conocer el proceso productivo y la comercialización del producto en el

mercado. Finalmente se aplicó las encuestas a los demandantes, los dueños de las mascotas y a los oferentes para el estudio de mercado.

Los resultados claves permitieron conocer que existe una demanda insatisfecha de 32.675 casas para el primer año, se trabajó con la población de familias de la ciudad de Loja que para el 2016 es de **199.213** entre las que se indica un total de **397** encuestas con el fin de conocer la demanda que tendrá el producto en el mercado.

El estudio técnico permitió analizar los factores de localización óptima de la empresa y esta se ubicara en la ciudad de Loja en el barrio San Cayetano Alto, está considerado como un sector que brinda los sistemas de vías para acceso con direcciones al Norte y viceversa permitiendo así facilitar la transportación de los insumos y como la distribución del producto; y, con el fin establecer la capacidad instalada que es de 10.950casas anual, todo esto para los cinco años de vida útil del proyecto. También se estableció la capacidad utilizada del proyecto que para el primer año es de **2.600** unidades.

Se analizó el estudio administrativo donde se estableció la razón social de la empresa: es desarrollar actividades de comercialización de casas de madera para mascotas. Esta organización con fines de lucro, será una Empresa Unipersonal de Responsabilidad limitada y se denominará **“HOUSE PET” EURL Ltda.**

En el estudio financiero se determinó la inversión inicial de 29.391,42 cuyo financiamiento será 19.391,42 con capital propio y 10.000 con capital externo financiado por la Cooperativa la JEPP con un interés del 14%, el presupuesto de costos para el primer año es de 85.478,40 y el de ingresos llega a 130.000 dólares para el mismo.

En cuanto a la evaluación financiera del proyecto se refleja en los indicadores financieros positivos con una proyección para los cinco años lo cual se obtiene el Valor Actual Neto de 96.372,41 lo que significa que el valor de la empresa se incrementa durante su vida útil; la Tasa de Interna de Retorno es de 111.11% valor superior a la tasa del descuento mínima atractiva; la relación beneficio costo de 0.57, la que indica que por cada dólar se obtiene una utilidad de 57 centavos; la inversión se recuperará en un periodo de 11 meses; los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto, no afectan los cambios en los costos con un incremento del 35.20% y el los ingreso una disminución del 22.75% respectivamente.

SUMMARY

The present investigation was carried out in the city of Loja in order to determine the financial feasibility for the CREATION OF A COMPANY PRODUCTION AND MARKETING OF WOOD HOUSES FOR PETS IN THE LOJA CITY.

The basic objectives of the research were: conducting the market study to determine the supply and demand conditions of pet houses; Perform the technical study to determine the size and location of the company, the project engineer and the organizational design; The financial study to determine the amount of the investments, the total and unit costs, their sales price as well as to elaborate the basic financial statements and finally to determine the point of balance; The financial evaluation to determine the feasibility of the proposal based on the indicators. The methodology that was used for the market study was the inductive method which served to collect information from the surveys to know the tastes and preferences about the product that are the wooden houses for pets in the city of Loja . The deductive method is applied to gain access to theories about investment projects and the productive processes of pet houses; Also the technique of direct observation was used to know the production process and the commercialization of the product in the market. Finally, the surveys were applied to the applicants, the owners of the pets and the suppliers for the market study.

The key results showed that there is an unsatisfied demand for 32,675 houses for the first year, we worked with the population of families of the city of Loja that for 2016 is 199,213 among which a total of 397 surveys were applied for the purpose of knowing the demand that will have the product in the market.

The technical study allowed to analyze the factors of optimal location of the company and this one located in the city of Loja in the district San Cayetano Alto, is considered like a sector that offers the systems of ways of access with directions to the North and viceversa thus Facilitating the transportation of inputs and the distribution of the product; And, in order to establish the installed capacity of 10,950 houses per year, all this for the five years of the project's useful life. It also established the capacity of the project used for the first year is 2,600 units.

We analyzed the administrative study where the business name was established: it is to develop activities of commercialization of wooden houses for pets. This for-profit organization will be a Limited Liability Company and will be called "HOUSE PET" EURL Ltda. The financial study determined the initial investment of 29,391.42, with financing of 19,391.42 with its own capital and 10,000 with external capital financed by the JEPP Cooperative with an interest of 14%, the cost budget for the first year is 85,478.40 and the income reaches 130,000 dollars for the same.

As for the financial evaluation of the project is reflected in the positive financial indicators with a projection for the five years which obtains the Net Present Value of 96,372.41 which means that the value of the company increases during its useful life; The Internal Rate of Return is 111.11% higher than the attractive minimum discount rate; The cost-benefit ratio of 0.57, which indicates that for each pain a utility of 57 cents is obtained; The investment will recover in a period of 11 months; The sensitivity values are less than 1, therefore, they do not affect the changes in costs with an increase of 35.20% and the income a decrease of 22.75% respectively.

c. INTRODUCCIÓN

La ciudad de Loja es el principal centro histórico y cultural de la Región 7 del Ecuador, fue la primera ciudad que tuvo energía eléctrica con una pequeña planta que generaba 34 kilovatios que fue instalada al pie de la colina de El Pedestal en 1897.

Es una ciudad que posee muy poca industria y pese ser una ciudad fronteriza que debería poseer un continuo movimiento comercial con el vecino país Perú, esto no ha sucedido y solamente se ha mantenido con los bajos ingresos que se ha obtenido de los gobiernos y como producto de la migración de sus habitantes.

De los diagnósticos sectoriales realizados se puede ver que no existe desarrollo empresarial en la ciudad de Loja, a pesar de contar con buenas condiciones en los campos de la agricultura, ganadería, minería, turismo, etc.

En ese sentido la presente investigación tiene como finalidad la aplicación de la teoría sobre elaboración y evaluación de proyectos de inversión a la propuesta cuyo tema es “ELABORACION DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CASAS DE MADERA PARA MASCOTAS, EN LA CUIDAD DE LOJA ”; en el cual se encuentra detallado cada uno de los procedimientos lógicos que se debe seguir en un proyecto de inversión.

El presente trabajo consta de los siguientes apartados:

En el resumen se realiza una presentación de trabajo con los resultados más representativos de del mismo y que pueden servir de base para futuras investigaciones.

En la revisión de literatura se incluye información referente lo que significa la elaboración y evaluación de proyectos de inversión y sobre la madera y su procesamiento, esto constituye la información necesaria para la realización del trabajo.

En materiales y métodos se hace una descripción de los principales materiales utilizados, así como de las técnicas y métodos que permitieron desarrollar el trabajo, se destacan el método inductivo para el estudio de mercado y el deductivo para la elaboración del marco teórico, así mismo se hace referencia a las encuestas y entrevistas realizadas a los futuros demandantes y oferentes.

En los resultados se presenta por medio de cuadros y gráficos las informaciones provenientes de las encuestas y entrevistas a demandantes y oferentes.

En la discusión se incluye todo lo referente a los estudios: de mercado, para determinar las condiciones de oferta y demanda de las casas para mascotas; el estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la empresa, la ingeniera del proyecto y el diseño organizacional; el estudio financiero para determinar el monto de las inversiones, los costos totales

y unitarios, su precio de venta así como elaborar los estados financieros básicos y finalmente determinar el punto de equilibrio; la evaluación financiera para en base a los indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación del Capital, Relación Beneficio/Costo y Análisis de Sensibilidad.

Así mismo se detallan las respectivas conclusiones y recomendaciones elaboradas por la autora tomando en consideración todo el trabajo investigativo.

En la parte de bibliografía se presentan las principales fuentes de consulta que se ocuparon para el desarrollo del trabajo investigativo.

Consta con los anexos los cuales se presentan con los formatos de las encuestas utilizadas en el levantamiento de la información para el estudio de mercado y el ante proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

ANTECEDENTES

(www.proecuador.gob.ec) En Ecuador ha sido un país que dispone de varias zonas aptas para la producción forestal en la cual se encuentra en el noroeste de la región Oriental del Ecuador.

En lo cual se ha incrementado un porcentaje del 2,6 millones de hectáreas para la producción con técnicas adecuadas de la forestación, como un excelente producto maderero

Mientras miles de años el hombre ha utilizado la madera para sus necesidades ancestrales como eran; las herramientas para la cacería (lanza), construcciones y la fabricación de utensilios. El nombre que se le ha dado a la madera es de origen natural más explotado por el hombre,

1.1. MADERA.

La madera fue uno de los primeros materiales utilizados por el hombre para construcción de viviendas, herramientas para cazar, fabricación de utensilios, y otros. Después fue uno de los materiales predilectos para la construcción de palacios, templos y casas desde el siglo XX a.c. y hasta el siglo XIV d.c; donde al descubrirse nuevas técnicas y materiales para la construcción, tales como el hormigón armado, el hierro, el cristal, el cartón, la fibra textil y todos los sustitutos de la madera, disminuyeron en gran medida el uso de esta. . La madera es una de las materias prima de origen vegetal más explotada por el hombre. Se encuentra en los árboles

de tallo leñoso (que tienen tronco) encontrando su parte más sólida debajo de la corteza del árbol. Se utiliza para fabricar productos de gran utilidad como mesas, sillas y camas, muebles en general y en tecnología se usa para realizar muchos proyectos

1.1.2) CARACTERISTICAS DE LA MADERA

Existen alrededor de 3.6 millones de tierras disponibles para la repoblación forestal, lo cual indica el alto potencial de producción del país. La industria está representada por empresas con alto nivel tecnológico para la elaboración de productos derivados del sector maderero.

Por su situación geográfica y diversidad de climas, Ecuador es un paraíso forestal, con disponibilidad de tierras aptas y ubicación estratégica en relación a mercados demandantes como Estados Unidos y Japón.

1.1.3) TIPOS DE MADERA

- ✓ **Maderas Blandas:** Son las de los árboles de rápido crecimiento, normalmente de las coníferas, árboles con hoja de forma de aguja. Son fáciles de trabajar y de colores generalmente muy claros. Constituye la materia prima para hacer el papel. Ejemplo: Álamo, sauce, acacia, pino, etc.
- ✓ **Maderas Duras:** Son las de los árboles de lento crecimiento y de hoja caduca. Suelen ser aceitosas y se usan en muebles, en construcciones resistentes, en suelos de parqué, para algunas

herramientas, etc. Las antiguas embarcaciones se hacían con este tipo de maderas. Ejemplo: Roble, Nogal, etc.

- ✓ **Maderas Resinosas:** Son especialmente resistentes a la humedad. Se usa en muebles, en la elaboración de algunos tipos de papel, etc. Ejemplos: Cedro, ciprés, etc.
- ✓ **Maderas Finas:** Se utilizan en aplicaciones artísticas, (escultura y arquitectura), para muebles, instrumentos musicales y objetos de adorno. Ejemplo: Ébano, abeto, arce, etc.
- ✓ **Maderas Prefabricadas:** La mayoría de ellas se elaboran con restos de maderas, como virutas de resto del corte. De este tipo son el aglomerado, el contrachapado, los tableros de fibras y el táblex.

1.1.4) PROPIEDADES DE LA MADERA.

La madera no es un material homogéneo, sino que está formado por un conjunto de células especializadas en tejidos que llevan a cabo las funciones fundamentales del vegetal. Esta heterogeneidad de la madera se refleja en sus propiedades físicas y mecánicas.

Propiedades físicas: Las maderas pueden ser duras y blandas según el árbol del que se obtienen. Las maderas duras tienen vasos largos y continuos a lo largo del tronco y las blandas no, Los elementos extraídos del suelo se transportan de célula a célula.

Propiedades Mecánicas: Las propiedades mecánicas abarcan las posibilidades estructurales de la madera, para ello se debe tomar en cuenta su resistencia, dureza, rigidez y densidad. La madera consta de las siguientes propiedades mecánicas: Muy elevada resistencia a la flexión, Buena capacidad de resistencia a la tracción y a la compresión paralelas a la fibra. Y Escasa resistencia al cortante. En la actualidad y desde principios de la revolución industrial muchos de los usos de la madera han sido cubiertos por metales o plásticos, sin embargo es un material apreciado por su belleza y por que puede reunir características que difícilmente se conjuntan en materiales artificiales.

Para la fabricación de las casa de mascotas es necesario madera MDF (novaplitropical) e insumos como son la laca acrílica que es resisten al agua y al sol etc., para su acabados.

VARIEDAD

En la actualidad existe una variedad de casas de mascotas, entre ellos podemos encontrar: masas de madera, plástico, lona, hierro, colchonetas.

Por cual podemos decir que las casas que se elaboran son base de madera MDF porque es la más económica.

COMPOSICION:

 Materia Prima

 Madera MDF

 Listones

 Ardex

INSUMOS: Pegamento, clavos, tornillos, sellador, laca acrílica.

1) MARCO TEÓRICO

1.1. LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.

1.1.1. QUE ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Según Baca Urbina Define “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana”. Siendo un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas para alcanzar objetivos específicos.

“Un proyecto de inversión es un plan, que si se le asigna determinado monto de capital se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad”,¹ a más de ello los proyectos de inversión privado buscan generar rentabilidad económica para el inversionista.

La finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio; Según Manuel Pasaca define, “el proyecto factible es un estudio que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta y modelo operativo viable para solucionar problemas.”

¹BACA URBINA Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Sexta Edición, México 2010, Pag.nº 2.

1.1.2. CICLO DEL PROYECTO

El ciclo del proyecto está compuesto de tres etapas que son: La Etapa de Pre inversión, de Inversión y de Operación.

ETAPA DE PREINVERSIÓN

Según Marcial Córdoba considera la primera etapa del proyecto “desde el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión y presenta los pasos a continuación”, en esta etapa se profundiza las ideas analizando las necesidades del mercado.

- **Identificación de la idea.** A través de la realización de un diagnóstico inicial se ubica y delimita el problema que plantea una solución para su satisfacción.
- **Perfil.** En esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto.
- **Pre factibilidad.** La evaluación a este nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos.
- **Factibilidad.** En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada adicionándole los aspectos relacionados con la obra física, tamaño, localización y oportunidad de ejecución de la inversión.

ETAPA DE INVERSIÓN

Manuel Pasaca considera “Tomar la decisión de invertir significa de haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin”, poner en marcha o ejecución del proyecto. Según el autor dentro de ésta etapa se desencadenan los siguientes pasos.

- **Proyectos de Ingeniería.** En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre inversión.
- **Negociación del Financiamiento.** Se analiza las fuentes de financiamiento más favorables para el proyecto.
- **Implementación.** Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permite que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzca desfases.

ETAPA DE OPERACIÓN

Pasaca analiza la última etapa del proyecto como: “el desarrollo la obra física y ejecutado durante la inversión de acuerdo a lo programado produciendo beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión” es decir la nueva unidad empieza a operar sus actividades. Para ello el autor considera los siguientes pasos.

- **Seguimiento y Control.** Se refiere al conjunto de acciones que se aplica en un proyecto en la etapa de ejecución y recursos empleados.
- **Evaluación ex – post.** Es un proceso que se realiza inmediatamente después de finalizado el proyecto con el propósito de terminar la validez de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados.
- **Evaluación post – posterior.** Se realiza varios años después de que todos los costos se hayan desembolsado y todos los beneficios recibidos posteriores a cerrar su ciclo de vida.²

1.1.3. CONTENIDO DE UN PROYECTO

Un proyecto de factibilidad se compone de los siguientes elementos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, y Evaluación Financiera todos ellos deben ser delimitados en tiempo y espacio.

1.1.3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Según Baca Urbina “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. Por otro lado, el objetivo que el estudio de mercado persigue es comprobar la posibilidad real de penetración del producto en un nicho de mercado; debe hacerse un estudio minucioso y bien detallado paso a paso en cada fase del estudio; al llegar al balance de oferta y demanda podrá conocer en términos cuantificables el éxito o el

²PASACA MORA Manuel, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Pag nº 19.

riesgo de lanzar un nuevo producto; decisión que se debe analizar y poner en práctica.

PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción detallada minuciosamente del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características”³, también como punto central mostrar en detalle todos sus atributos con el fin de lograr los objetivos que se persigue.

PRODUCTO SECUNDARIO

Como su nombre mismo lo dice es un producto que se extrae del producto principal al momento de sufrir la transformación y se puede aprovechar para generar ingresos a la nueva unidad productiva; “aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de la materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita”⁴.

PRODUCTO SUSTITUTO

Según Manuel Pasaca “Se hace una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal” presentando propiedades similares se los conoce también como productos competitivos.

³IBID (7) pag. nº 42

⁴IBID (6) pag nº 51

PRODUCTO COMPLEMENTARIO

Son aquellos que se deben utilizar con otros para satisfacer una necesidad; la relación que se establece entre productos es tal que el consumo de uno va directamente unido al de los productos que lo complementan.

DEMANDANTES

Se debe distinguir claramente quienes serán nuestros demandantes, es decir identificar el nicho de mercado a donde se quiere dirigir la nueva unidad productiva; “y por ello es importante recalcar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de; sexo, edad, ingresos, tendencia, educación entre otros”⁵

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se determina el número de encuestados los mismos que serán aplicados en el trabajo de campo y por ende servirá para armar el proyecto.

Con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

ESTUDIO DE LA DEMANDA

En esta parte se determina la situación de la demanda para el producto dentro del mercado meta escogido. Según Córdoba Padilla, “La demanda

⁵IBID (7) pag nº 55.

es en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas entrevistas cuestionarios y otros”.

DEMANDA POTENCIAL

Según el autor Pasaca Mora; “la demanda potencial está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado” es por ello también que se considera la demanda total.

DEMANDA REAL

Constituye la cantidad del producto que necesita el mercado considerando las unidades de consumo que acceden al producto.

DEMANDA EFECTIVA

Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica.

ESTUDIO DE LA OFERTA

“El comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporciona una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de parte o del total de consumidores actuales y potenciales que tendrá el proyecto”⁶

⁶Córdoba Padilla Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos nº 168

BALANCE DE OFERTA- DEMANDA

Es la cantidad de bienes o servicios ofertados que no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, cantidad o precio.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Baca Urbina define al “plan de comercialización como un proceso en el cual le permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

Es importante conocer que para la comercialización se utilicen los canales de distribución los cuales son el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor y a través de ello poder llegar hasta en los últimos rincones.

1.1.3.2. ESTUDIO TÉCNICO

“Se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”⁷.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Es la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto, según Baca Urbina “se expresa en unidades de producción por

⁷IBID (6), Pag.nº 74

año, además que se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

CAPACIDAD INSTALADA

El autor Córdoba como “capacidad máxima disponible que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado”.

CAPACIDAD UTILIZADA

“Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria”.⁸

LOCALIZACIÓN

Según Manuel Pasaca “El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”, es decir llegar a determinar el sitio dónde se instalará la planta.

MACROLOCALIZACIÓN

Autor Córdoba “Consiste en determinar en qué lugar del país es más conveniente ubicar el proyecto: región, departamento, provincia”.

⁸IBID (7) Pag nº 50 y 51

MICROLOCALIZACIÓN

Luego de haber determinado la macro localización, “consiste en determinar en qué parte de la ciudad seleccionada sería la ubicación óptima para la implementación del proyecto”.⁹

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Según el autor Marcial Córdova “es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos”.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar la maquinaria y tipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción esperada de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer, de acuerdo al autor anterior; según Marcial Córdoba “la tecnología apropiada es aquella que genera la mayor eficiencia económica desde el punto de vista de la sociedad”

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente y cuidando la seguridad para el trabajador, el autor analiza luego de

⁹SOTO CALDERÓN Oscar, “Formulación y Evaluación de Proyectos” Pag nº 56.

conocer los principales equipos y las instalaciones de servicio se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y cada instalación.

PROCESO PRODUCTIVO

Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio; debe incluirse el flujo grama de procesos es decir representar gráficamente indicando los tiempos necesarios para cada fase.

DISEÑO DEL PRODUCTO

Pasaca dice que “el producto originario del proyecto reúne las características necesarias para el usuario logrando la satisfacción de una necesidad” involucrando un proceso creativo de diseño o a su vez materializando la solución de una idea.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

“Constituye una herramienta por medio de los cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción”¹⁰ es decir se emplean simbologías para representar las operaciones.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

La estructura organizacional empresarial es la distribución formal de los puestos, la misma que puede mostrarse visualmente en un organigrama,

¹⁰SAPAG CHAIN NASSIR, Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos pag 50- 58

y la creación o cambio de la estructura se involucra en el diseño organizacional, un proceso que implica especialización del trabajo y departamentalización.¹¹ Toda empresa para empezar a operar con total normalidad debe cumplir específicamente con lo establecido por la ley.

BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, según Pasaca se considera los principales requisitos:

Acta constitutiva: Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la organización.

La razón social o denominación: Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

Domicilio: Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

Objeto de la sociedad: Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

¹¹ STEPHEN P. Robbins, y COULTER Mary, "Administración", Décima Edición, México 2010 Pag 184

Capital social: Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Pasaca Manuel, afirma que “es parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa, la estructura organizativa con que está cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma” además que permite adecuar de manera eficiente y oportuna al Talento Humano.

NIVELES JERARQUICOS

- **Nivel Legislativo-Directivo:** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y los reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios o Junta General de Accionistas luego los mismos que eligen a un Presidente.
- **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel Asesor:** Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.
- **Nivel Operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, tareas de venta, o todo lo relacionado con las tareas de comercialización o tareas de marketing.
- **Nivel de Apoyo:** “Ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia”.¹²

ORGANIGRAMAS

Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. ¹³, cabe recalcar la importancia de representar en un organigrama ya que se observa la cantidad total del personal que trabaja dentro de la empresa.

¹² IDEB (7) Pag nº 58

¹³ Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012.

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, es decir la departamentalización, lo cual permite conocer de una manera efectiva sus partes integrantes.
- **Organigrama Funcional:** Consiste en representar las funciones básicas de cada uno de los departamentos.
- **Organigrama Posicional:** Sirve para representar la distribución y remuneración del personal.

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción de las funciones generales que corresponden a cada empleo y la determinación de los requisitos para su ejercicio. “El diseño del cargo es la especificación del contenido de los métodos del trabajo y de las relaciones con los demás cargos para cumplir requisitos tecnológicos, empresariales, sociales y personales del ocupante del cargo”¹⁴.

Comprende los siguientes aspectos:

- ✓ Relación de dependencia
- ✓ Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)
- ✓ Naturaleza del trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias
- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto.

¹⁴<http://www.slideshare.net/camilojimeno/manual-de-funciones-3751785>

1.1.3.3. ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero tiene como finalidad, demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto de inversión, así como de un beneficio, es decir, que el costo del capital invertido será menor que el rendimiento de dicho proyecto”,¹⁵ y se especifican las necesidades de recursos a invertir.

INVERSIONES

“Las inversiones financieras son las inversiones que las empresas realizan en el mercado financiero para obtener algunas rentabilidades”,¹⁶ es decir está constituida por todos los activos: fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar en el capital de trabajo.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

TERRENO. Área física que la empresa adquiere para construir la nave de producción y sus oficinas.

EDIFICIOS. Cuando la incluimos dentro del activo fijo, representa el valor de construcción de los edificios, plantas comerciales o industriales, etc.

MAQUINARIA Y EQUIPO. Rubros que comprenden los bienes necesarios para la producción y los servicios de apoyo.

HERRAMIENTAS. Complementos para la utilización de la maquinaria.

¹⁵ IBID (3), Pag nº 24

¹⁶<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

MUEBLES Y ENSERES. Para la dotación de oficinas e instalaciones previas, también denominada Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc.

EQUIPOS DE OFICINA. Componentes para facilitar las actividades del personal se controlará la inversión en calculadoras, máquinas de escribir, fotocopadoras, etc.

EQUIPOS DE CÓMPUTO. Componentes para facilitar las actividades del personal administrativo como la computadora.

VEHICULO, activo que sirve para transportar tanto la mercadería como los productos terminados.

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre-operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc¹⁷, costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto antes de entrar en operación.

CAPITAL DE TRABAJO

Según Pasaca Mora define como “es el dinero necesario para cubrir los gastos hasta que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de

¹⁷ IBID (6) Pag nº 320

la venta de sus productos”.

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

Se refiere al monto total de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo o activo circulante.

FINANCIAMIENTO

El autor Pasaca refiere “Fondos nuevos proporcionados a un negocio, ya sea por otorgamiento de préstamos o por la compra de instrumentos de deuda o de acciones de capital”.

➤ **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNO.**

“Estas provienen principalmente de las aportaciones de capital” que realizan los accionistas, ya bien pueden aportar al inicio del negocio o en un tiempo determinado durante la vida de la misma.

➤ **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNO.** Son las hipotecas (préstamos bancarios), los pagarés, los préstamos quirografarios, y todos los préstamos de instituciones ajenas y/o externas a la empresa monto que se tomará para invertir en el proyecto.

ANÁLISIS DE LOS COSTOS

Se analizan los costos para determinar la inversión que vaya en función a la capacidad del proyecto.

COSTO DE PRODUCCIÓN O FABRICACIÓN

Los costos de producción están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos.

Los elementos del costo de producción se dividen en tres grupos:

- Materiales directos.
- Mano de obra directa y
- Costos generales de fabricación.

Se calculan en base a un programa de producción, tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

FÓRMULA:

$$\mathbf{CF = CP^1 + CGF}$$

CF= Costo de Fabricación

CP¹= Costo Primo

CGF= Costos Generales Fabricación

COSTO PRIMO

FÓRMULA:

$$\mathbf{CP^1 = MPD + MOD}$$

CP¹= Costo Primo

MPD= Materia Prima Directa

MOD= Mano de Obra Directa

Materia Prima: Es la parte esencial del producto y puede cuantificarse fácilmente.

Mano de Obra Directa: Está conformado por quienes intervienen directamente en la fabricación o generación de un bien, sea manualmente o accionando las máquinas que transforman la materia prima en producto terminado.

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

“Se los denomina costos por cuanto al igual que la materia prima como la mano de obra, se capitalizan al inventario de productos terminados y están representados por aquellos valores indirectos que no se puede cargar a unidades de costo o trabajo especial”¹⁸.

FÓRMULA:

$$\mathbf{CGF = MI + MOI}$$

CGF= Costos Generales de Fabricación

MI= Materiales Indirectos

MOI= Mano de Indirecta.

Materiales Indirectos: Son todos aquellos que se integran en el proceso pero no se pueden medir con exactitud lo correspondiente a cada unidad de producto terminado; así tenemos mantenimiento de maquinaria y equipo, indumentaria industrial, gas, envases, material de empaque etc.

¹⁸IBID (7) pag nº 70

Mano de Obra Indirecta: Son depreciaciones, jefe de producción, servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, teléfono etc.

COSTOS DE OPERACIÓN

“Comprenden los gastos administrativos, de ventas, gastos financieros y otros gastos”¹⁹.

DEPRECIACIONES

Son los activos fijos a excepción del terreno que durante la utilización normal de los mismos sufren un desgaste o pierden la vigencia y por lo mismo pierden sus características de funcionalidad y operatividad.

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos como: Costo de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos.

FÓRMULA:

$$\mathbf{CP = CF + G. ADM + G. FIN + G. V + O. G}$$

CP= Costos de Producción.

CF= Costo de Fabricación.

G. ADM= Gastos Administrativos.

G. FIN = Gastos Financieros.

G. V = Gastos de Ventas.

O. G = Otros Gastos.

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo.

FÓRMULA:

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

CUP= Costo Unitario de Producción.

CTP= Costo Total de Producción.

NUP= Número de Unidades Producidas.

EL PRECIO: Según Baca U. “Son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias”. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería.

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para establecer el precio de venta se debe considerar siempre como base el costo total de producción sobre el cual se adiciona un margen de utilidad.

FÓRMULA:

$$PVP = CT + MU$$

PVP= Precio de Venta al Público.

CT= Costo Total.

MU= Margen de Utilidad.

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que cambia o Fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Ejemplo Materia prima, comisiones etc.

COSTOS FIJOS: Son los que permanecen constantes durante un periodo determinado sin importar si cambia el volumen de producción, los salarios, depreciación, alquiler etc.²⁰

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Define Marcial Córdoba como “mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado” conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variables y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se han dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran y los costos los ingresos.

²⁰ <http://www.ii.iteso.mx/Ing%20de%20costos%20I/costos/tema22.htm>

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos.

2. En Función de las Ventas

PE= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total.

1= Constante Matemática.

CVT= Costo Variable Total.

VT= Ventas Totales.

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

3. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

4. En Función de la Producción

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu} * 1$$

PVu= Precio de Venta Unitario

CVu= Costo Variable Unitario.

2.1.3.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

(Gabriel, 2010) La evaluación financiera describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anota sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y en ambas se muestra su aplicación práctica.

Los criterios más utilizados en la evaluación financiera son: Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Análisis de sensibilidad, se determina además el periodo de recuperación de la inversión y beneficio monetario. (PASACA Manuel, 2014).

FLUJO DE CAJA

(CHAIN & SAPAG, 2008) La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre el mismo se efectuara sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar este proyecto está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y organizacional.

VALOR ACTUAL NETO

(Lopez, 2015) Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento.

Criterios de VAN:

- ❖ Si el VAN es positivo se acepta el proyecto.
- ❖ Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto.

- ❖ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista. (PASACA Manuel, 2014)

Para calcular el VAN utilizamos la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{VAN de 1 a 5} - \text{INVERSION}$$

❖ Factor de actualización

(Lopez, 2015) Factor por el que se actualiza periódicamente el importe a pagar teniendo en cuenta la variación del precio del bien o servicio a lo largo del periodo de contratación.

$$FD = (1 + i)^{(-t)}$$

❖ Valor actualizado

(Huerta Rios , 2012) Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

(Gabriel, 2010) Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Criterios de la TIR:

- ❖ Si la TIR es > que el costo de oportunidad, se acepta el proyecto.
- ❖ Si la TIR es < que el costo de oportunidad, se rechaza el proyecto.

- ❖ Si la TIR es = que el costo de oportunidad, la inversión queda a criterio del inversionista. (PASACA Manuel, 2014)

Para calcular la TIR utilizamos la siguiente fórmula:

$$TI = Tm + DT \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

(Gabriel, 2010) Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

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

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}} \right) - 1$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

(Gabriel, 2010) Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

La fórmula para calcular el periodo de recuperación del capital es:

$$PRC = \text{Año supera inversión} + \left(\frac{\text{inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujo neto año supera inversión}} \right)$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La finalidad 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.

Criterios del Análisis de Sensibilidad:

- ❖ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la sensibilidad.
- ❖ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios afectan la sensibilidad.
- ❖ Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto. (PASACA Manuel, 2014)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS

- ❖ Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
- ❖ Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

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

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el porcentaje de variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif.TIR}{TIRdelPROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad: se obtiene con el incremento de costos

$$S = (\%VAR / N.TIR)$$

ANÁLISIS SE SENSIBILIDAD PARA DISMINUCION EN INGRESOS

- ❖ Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución en ingresos.
- ❖ Para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno

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

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el Porcentaje de Variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif.TIR}{TIRdelPROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad

$$S. = \left(\frac{\% VAR}{NTIR} \right)$$

e. MATERIALES Y METODOS

1. MATERIALES

Para realizar el presente trabajo investigativo se hizo utilizó los siguientes materiales.

- ✚ Libros de consulta (Tesis)
- ✚ Papel Bon A4
- ✚ Lápiz
- ✚ Borrador
- ✚ Esferos
- ✚ Calculadora
- ✚ Internet.

EQUIPOS:

- ✚ Computadora Portátil
- ✚ Impresora
- ✚ Cámara de fotos
- ✚ Flash

2 METODOS

Para realizar el trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos y las diferentes técnicas para la investigación del proyecto

➤ **Método inductivo.**

Este método sirvió como base importante para la realización de la información recopilada en la aplicación de las encuestas, el tamaño de la muestra total de las familias y la información que se utilizó para poder determinar los gustos, preferencias de las adquisiciones de las casas de madera para las mascotas en la ciudad de Loja,

Este método se lo aplico en el estudio de mercado cuando se realizó el análisis para identificar las demandas, así mismo se podrá conocer la oferta de casas de madera en la ciudad de Loja.

➤ **Método deductivo.**

Este método se lo aplicó cuando se realizó el estudio general del mercado existente en la ciudad de Loja. Llegando así a identificar el mercado objetivo.

3. TECNICAS

➤ **Observación Directa.**

Esta técnica sirvió para poder observar los participantes que participan en la comercialización del producto y de esta forma se obtuvo información relevante del caso en estudio.

➤ **Encuesta.**

Se aplicó dos tipos de encuestas: la primera a los propietarios de los negocios o almacenes que venden casas para mascotas, constituyendo este segmento en los oferentes de este estudio. La segunda encuesta a

las familias de la ciudad de Loja en un número de 397 encuestas, para conocer los gustos y preferencias de la adquisición de casas, el segmento de la población que tienen mascotas y requieren comprar este nuevo producto, siendo este segmento los posibles demandantes y su comercialización.

4.PROCEDIMIENTO.

➤ TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Para la aplicación de las encuestas se tomó en cuenta los datos estadísticos del censo del 2010 publicados por el INEN referente al total de los habitante existentes de la ciudad de Loja, la población urbana es de **(170.280)** habitantes el mismo que se proyectó para los censo años con una tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Loja de **(2,65%)**,dándonos como resultado para el año 2016 una población de **(199.213)** habitantes datos que se utilizó para calcular el número promedio de las familias, dividiendo el total de la población para cuatro según el censo es el números de familias promedio, dándonos un total de **49.803** familias de la ciudad de Loja.

Para obtener la proyección de la población para el año 2016 se aplica la formula respectiva cuyo procedimiento se describe a continuación:

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

$$Pf\ 2016= 170.280 (1 + 2.65\%)^6$$

$$Pf\ 2016= 170.280 (1 + 0.0265)^6$$

$$Pf\ 2016 = 170.280 (1,0265)^6$$

$$Pf\ 2016 = 170.280 (1.1699)$$

$$Pf\ 2016 = 199.213$$

Formula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Número de familias de la Población de la ciudad de Loja

e = margen de error del 5%

1 = Constante

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{49.803,21423}{1 + 49.803,21423 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{49.803,21423}{1 + 49.803,21423 (0,0025)}$$

$$n = \frac{49.803,21423}{125,5080356}$$

n = 397 Encuestas

Por tanto, para efectos de este estudio, se aplicará **397** encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

Para el procesamiento de la información se procederá primeramente al conteo de los datos obtenidos, para luego realizar la tabulación exacto de los mismos y luego realizaremos las tablas estadísticas para posterior obtener la traficación de datos en barras o pasteles, que nos permitirá llegar a la conclusión del trabajo de la investigación.

Cuadro N° 1
Distribución de la Muestra

PARROQUIAS URBANAS	POBLACIÓN POR FAMILIAS	%	ENCUESTAS
El Valle	16.536	10%	40
Sucre	48.215	28%	111
Sagrario	17.717	10%	40
San Sebastián	24.289	14%	56
Punzara	39.916	24%	95
Carigan	23.607	14%	56
TOTAL	170.280	100%	397

Fuente: INEC censo población y vivienda del año 2016

Elaboración: La Autora

Para el desarrollo del presente proyecto, se tomará en cuenta los cuatro estudios que conforman un proyecto de inversión empezando por el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional, y el estudio financiero. Para finalmente presentar las conclusiones y recomendaciones.

La población es de 170.280 habitantes el cual se proyectó para los cinco años con una tasa de crecimiento de la población de la ciudad de (2,65%) dando como resultado para el año 2016 de una población 199.213 habitantes, datos utilizados para calcular el número promedio de

miembros de familias, dividiendo el total de la población para cuatro que según el INEN es el número de integrantes promedio por familia, dando un total de 49.803 familias de la ciudad de Loja

Para calcular la distribución de la muestra se tomó en cuenta las seis parroquias urbanas de la ciudad de Loja de la siguiente manera:

El valle con una población de 16.536 habitantes con un porcentaje del 10%, lo cual se obtuvo cuarenta encuestas, la parroquia Sucre tiene una población de 48,215 con porcentaje de 28% con un número de encuestas de 111, para el Sagrario con 17.717 habitantes con porcentaje de 10% dándonos un número de encuesta de 40, San Sebastián con 24.289, con (14%) dándonos 56 encuestas, Punzará con 39.916 con un (24%), y 95 encuestas, Carigan obtuvo 23.607 con un (14%) en lo cual obtuvimos 56 encuestas.

f. RESULTADOS

ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1.) ¿En su familia tienen mascotas? Demanda Potencial

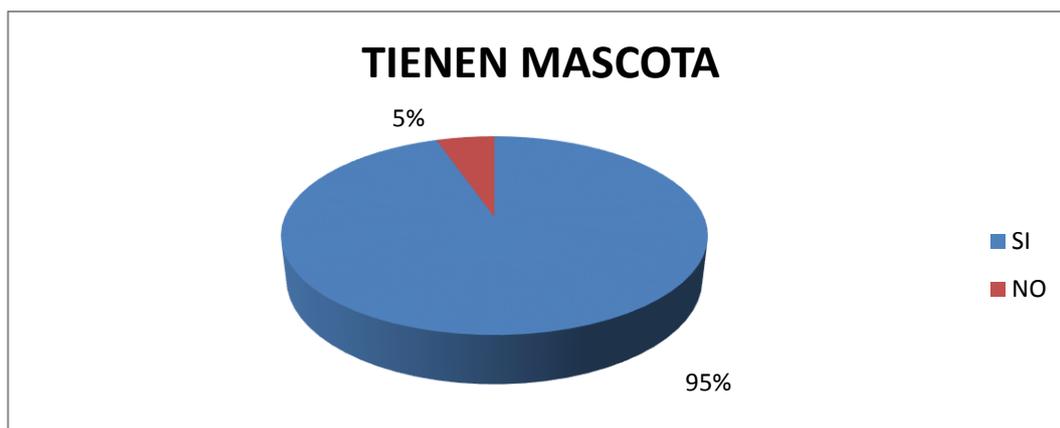
Cuadro N°2
Tienen mascotas

Alternativa	Frecuencia	%
SI	376	95%
NO	21	5%
TOTAL	397	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 1



ANALISIS

Según los resultados de las encuestas realizadas se puede observar que el 95% de las personas encuestadas tienen mascotas en su casa. Y un 5% dice que no tienen.

2.) ¿Si tienen mascotas, indiqué que tipo de mascota tiene?

Cuadro N°3
Tipo de mascota

Alternativa	Frecuencia	%
PERRO	318	85%
GATO	48	13%
OTROS	10	3%
TOTAL	376	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 2



ANALISIS

Como podemos observar existen un gran número de personas que tienen diferentes tipos de mascotas, es así que el 85% de los encuestados tiene perros, el 13% tiene gatos, y el 3% tiene otras mascotas. Esta pregunta para saber que las familias lojanas en su mayoría si tienen mascotas.

3.) ¿Cuántas mascotas tiene en su hogar?

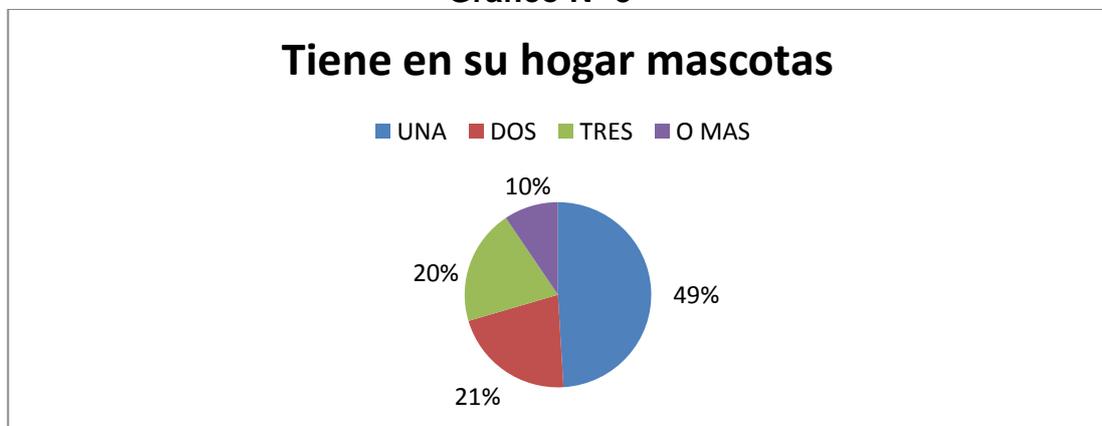
Cuadro N°4
Cantidad de mascotas

Alternativa	Frecuencia	%
UNA	156	49%
DOS	68	21%
TRES	64	20%
O MAS	30	9%
TOTAL	318	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 3



ANALISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que 156 que representa el 49% dicen que tiene una mascota el 21% que son 68 familias que si tienen dos mascotas el 20% dice que tienen tres, mientras el 9% dicen que si tienen más de tres mascotas. La mayor parte de las familias generalmente tienen mascotas, lo cual el 156% dicen que tiene perros, mientras que el 21% tiene gatos, el 20% nos dicen tres, lo cual el 9% dicen que tienes más de 3 mascotas.

4.) ¿Cuenta con un lugar específico para que duerma o descansa su mascota?

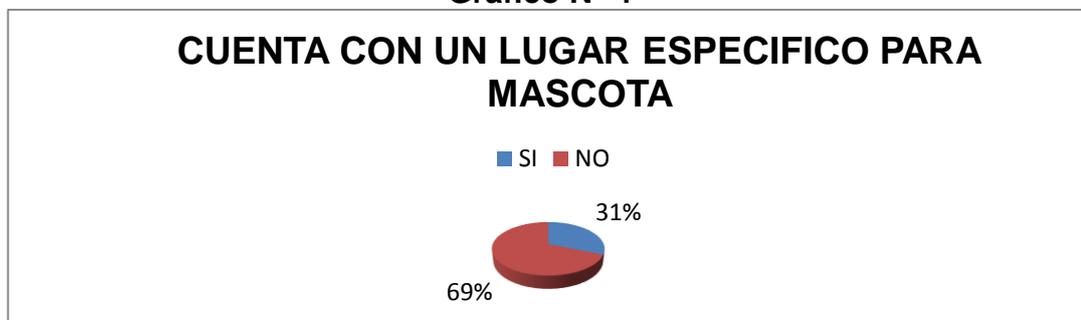
**Cuadro N°5
Lugar para que duerma La Mascota**

Alternativa	Frecuencia	%
SI	98	31%
NO	220	69%
TOTAL	318	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 4



ANALISIS:

El 69% dicen de los encuestados que tienen un lugar específico para que duerma o descansa su mascota, mientras que un porcentaje menor equivalente al 31% no tiene un lugar para que duerma la mascota. La mayoría de la población respondió que su frecuencia ha sido de un porcentaje alto.

5.) ¿Adquiere usted casas para mascotas? Demanda Real.

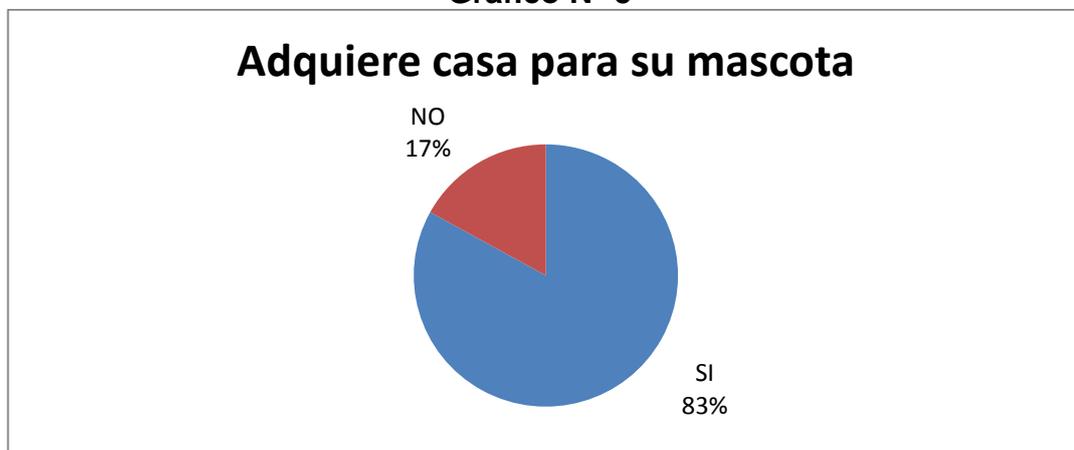
Cuadro N°6
Adquiere casas para mascotas

Alternativa	Frecuencia	%
SI	264	83%
NO	54	17%
TOTAL	318	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 5



ANALISIS

Según a la investigación el 83% de los encuestados adquieren casas para mascotas, mientras el 17% no están interesados en adquirir el producto.

De acuerdo a los resultados de la pregunta 5 hemos obtenido un porcentaje de una gran diferencia entre (si) y (no).

6.) ¿Señale que tipo de material es la casa de su mascota?

Cuadro N°7
Material de la casa de su mascota

Alternativa	Frecuencia	%
MADERA	264	83%
PLASTICO	34	11%
HIERRO	12	4%
OTROS	8	3%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 6



ANALISIS:

Según esta encuesta y los resultados obtenidos se observa que el 83% equivale a 318 familias que respondieron que si conocen el material , el 11% que equivale a 34 personas que si conocen , el 4% dices que si conoces el material de hierro, un porcentaje del 3% que muy poco conoce.

De acuerdo a la investigación en relación al material de las casas podemos observar las preferencias de los encuestados que son las de la madera porque son más resistentes al agua ya al sol y más duraderas.

7.) ¿Está satisfecho con el producto

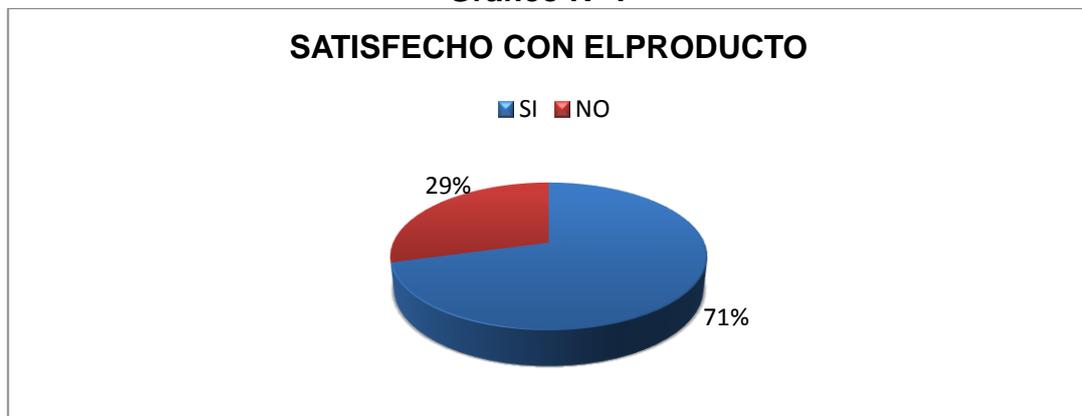
Cuadro N°8
Satisfecho con el producto

Alternativa	Frecuencia	%
SI	187	71%
NO	87	29%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 7



ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados corresponde el 71% que están satisfechos, mientras el 29% no están satisfechos con el producto.

La encuesta no refleja que existe una respuesta positiva debido a que están satisfechos con el producto por parte de los consumidores.

8.) ¿Usted compraría casa de madera para su mascota?

Cuadro N°9
Comprarías casas para su mascota

Alternativa	Frecuencia	%
SI	198	75%
NO	66	25%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 8



ANALISIS

De las respuestas obtenida por los encuestados, 318 de ellos con un 75% es el porcentaje estarían dispuesto a comprar casas de madera para su mascota, mientras el 25% de ellos no estarán dispuestos a adquirir este producto.

De acuerdo a los resultados obtenidos, los encuestados han mencionado que, si compraría las casas, y no dice que no están de acuerdo.

9.) ¿Con que frecuencia adquiere usted la casa para su mascota?

Cuadro N°10
Frecuencia de compra

Alternativa	Frecuencia	%
SEMESTRAL	13	5%
ANUAL	251	95%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 9



ANALISIS:

Este grafico sirve para saber si están dispuestos a adquirir la casa para su mascota con un porcentaje del 95%, mientras el 5% no está dispuestos a comprar las casas. Esta encuesta nos servirá para saber el consumo promedio anual. De acuerdo a las encuestas realizadas por las familias dicen, que adquirirán casa para mascota anuales, y muy pocas semestrales.

10.) cuantas casas compra usted?

Cuadro N°11
Cuántas casas compra

Detalle	Frecuencia	%	X,m	F*xm
SEMESTRAL	15	5%	2	30
ANUAL	303	95%	1	303
TOTAL	318	100%		333

FUENTE: Encuesta N°10 para sacar el consumo promedio

ELABORACION: La Autora

ANALISIS

Para sacar el consumo promedio de cuantas casas será para el año hemos tomado en cuenta la formula siguiente de:

Para sacar el consumo promedio es de la = $\sum f(xm) / N^{\circ} 333 / 318 = 1,04$

Tendremos 1 casa al año.

11.) ¿Cuál es el precio que actualmente paga por la casa?

Cuadro N°12
Precio que paga por la casa

Alternativa	Frecuencia	%
De 15 a 20 Dólares	92	45%
De 21 a 30 Dólares	96	31%
De 31 a 40 Dólares	74	23%
De 41 a 50 Dólares	2	1%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 10



ANALISIS:

Luego de la investigación se establecen, los datos obtenidos de los dueños de las mascotas podemos decir que del (15 a 20) dólares pagan un porcentaje del 45% y de 21 a 30 obtienen un 31%, mientras del (31 a 40) dólares obtiene un 23%, y finalmente con el (41 a 50) dólares pagan un 1%.

12.) ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de casas de madera, para mascotas estaría dispuesto a comprar este nuevo producto? Demanda Real.

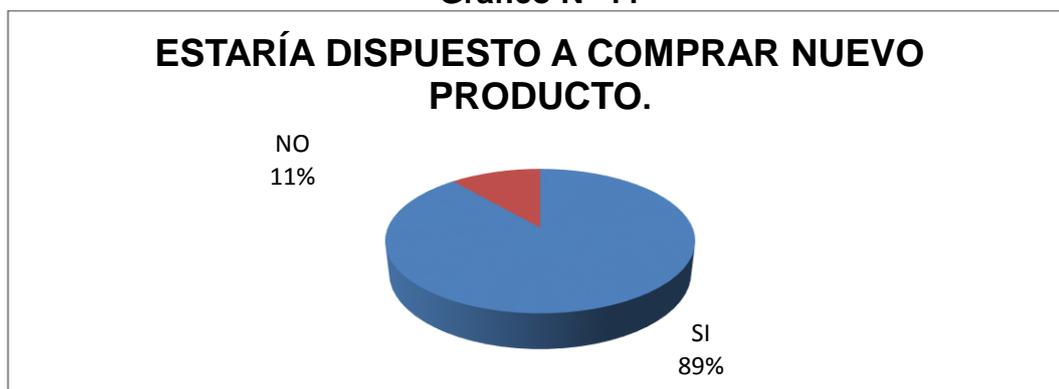
Cuadro N°13
Estaría dispuesto a comprar nuevo producto

Alternativa	Frecuencia	%
SI	235	89%
NO	29	11%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 11



ANALISIS:

De las 318 personas encuestadas contestaron el 100% del porcentaje, el 89% del porcentaje es decir las 282 dice que (si) lo cual nos indican que si compran, y las 36 personas no indican que el 11% no compran.

13.) ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted prefiere?

Cuadro N°14
Medios de comunicación que prefiere

Alternativa	Frecuencia	%
RADIO	144	51%
TELEVISION	33	19%
INTERNET	87	30%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 12



ANALISIS:

De los medios de comunicación por los cuales los encuestados les gustaría enterarse de la existencia de las casas para mascotas son principalmente la radio con un porcentaje de 51% ya que es el medio más sintonizado, seguido por el internet con un porcentaje de 30% y por la televisión con un porcentaje de 19% de los cuales nos dicen los encuestados.

14.)¿Si su respuesta fue Radio que emisora escucha?

Cuadro N°15
Radio emisora que escucha?

Alternativa	Frecuencia	%
Radio Boquerón 93.3 FM	155	55%
Radio Rumba de Loja 106.9 FM	63	22%
Radio Luz y Vida	46	23%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 13



ANALISIS

La emisora de por los encuestados es la Boquerón 93.3FM con un porcentaje del 55%, seguido de la Luz y Vida con el 23%, y Rumba de Loja 106.9 FM con el porcentaje de 22%.

Según la pregunta la mayoría escuchan la emisora Radio Boquerón que es las más sintonizada en la ciudad de Loja.

15.) ¿Si su respuesta fue Televisión que canal ve?

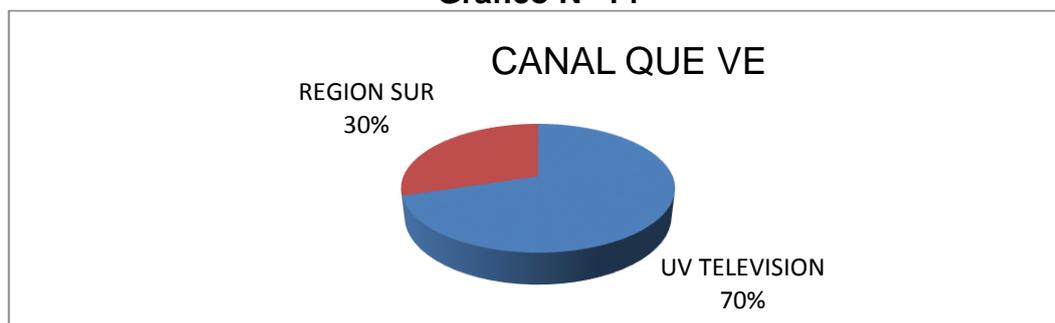
Cuadro N°16
Canal que ve

Alternativa	Frecuencia	%
UV TELEVISION	198	70%
REGION SUR	66	30%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Encuesta a los Consumidores

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 14



ANALISIS:

Las personas que se mantienen informados mediante la televisión de su preferencia son los siguientes: UV Televisión con un porcentaje de 70% y el 30% restantes se informan a través de Región Sur.

La mayoría de las familias de la ciudad de Loja se informan mediante el canal U V Televisión que es el más sintonizado por las mañanas.

RESULTADOS DE LOS OFERENTES

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

1.) ¿CUÁNTAS CASAS VENDE EN PROMEDIO AL MES ?

Cuadro N°17
Casas que vende al mes en promedio

Detalle	Frecuencia	Xm	Xm(f.r)	Anual
1-5 CASAS	7	3	21	252
6 - 10 CASAS	3	8	24	288
TOTAL	10		45	540

FUENTE: Encuesta de los oferentes

ELABORACION: La Autora

ANALISIS INTERPRETACION:

VENTA PROMEDIO MENSUAL = $\sum f (XM) / N^{\circ} = 45/10 = 4,5 = 5$ **casas.**

VENTA PROMEDIO ANUAL = 5 Casas * 12 = **60 casas**

Según las familias encuestadas un 70% de 1-5 vendes casa para mascotas en veterinarias, el 30% de 6-10 en almacenes, por lo cual la mayoría de las personas venden el producto en los centros veterinarias y es en donde irá dirigido nuestra distribución.

Para calcular el promedio de las ventas mensual de casas para mascotas se cogió del promedio (x.m) dándonos un valor total de 45 casas a esto de lo dividió por la frecuencia total (10) en lo cual tenemos **5** casas mensuales.

Para sacar el valor promedio de venta anual de casas para las mascotas se multiplico por el valor mensual de (5) de casa por 12 que tiene el año dándonos un valor total anual de **60** casa al año.

Cuadro N° 18
Oferentes

EMPRESA	PROPIETARIO	DIRECCION	VENTA ANUAL
EL ESTABLO	Anita Rodríguez	av.Universitaria y Mercadillo	48
SCOOBY	María Vanegas	18 de Noviembre y Quito	63
SAN BERNARDO	Margarita Jaramillo	Olmedo y Mercadillo	55
MUNDO ANIMAL	Roberto Ochoa	av.Universitaria y Mercadillo	66
EL VIEJO PASTOR	Marcia Torres	Mercadillo y Bolívar	38
VETERINARIA GOOG'S	Jorge Gonzales	Lauro Guerreo y Mercadillo	60
ESTETICA CANINA CAT"A"DOG	Rebeca Armijos	av.Universitaria y Cariamanga	66
CONSUTOTRIO' SCARMI'	Sarita Días	Lauro Guerreo y Miguel Riofrio	65
VETERINARIA 'SCRAPY	Carlos Sotomayor	Olmedo y Mercadillo	45
SAN 'FERNADO'S	Carmita Flores	Manuel Agustín Aguirre y José Picoita	34
TOTAL ANUAL			540

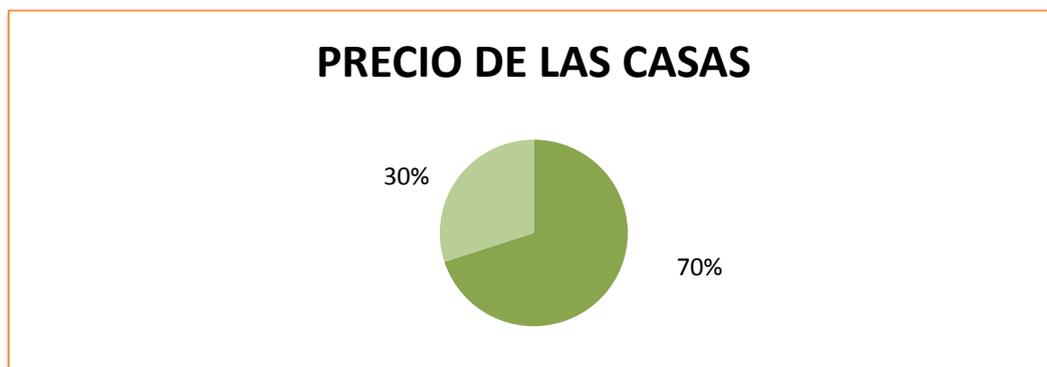
2. ¿CUAL ES EL PRECIO AL QUE VENDE USTED CADA CASA?

Cuadro N° 19
Precio de las casas

Alternativa	Frecuencia	%
10 A 25	7	70%
26 A 50	3	30%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta a los Oferentes
ELABORACION: La Autora

Grafico N° 15



INTERPRETACION:

De acuerdo a la investigación se tiene que: un 70% venden de 24 a 50 dólares, y el 30% vende de 51 a 100 dólares respectivamente.

3. ¿DE QUE MATERIAL SON LAS CASAS QUE VENDE?

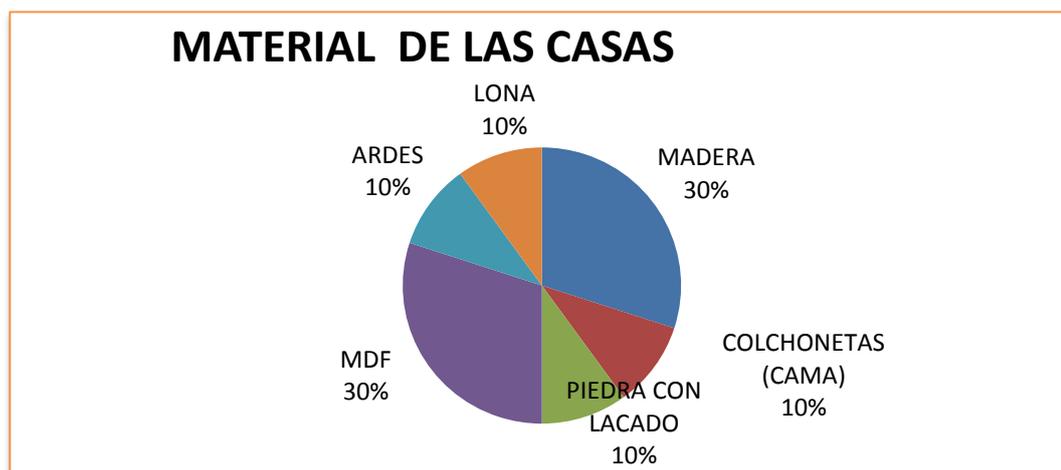
Cuadro N° 19
Material de las casas

Alternativa	Frecuencia	%
madera	3	30%
Colchonetas (cama)	1	10%
piedra conlacado	1	10%
MDF	3	30%
Ardex	1	10%
Lona	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta a los Oferentes

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 16



INTERPRETACION:

Con relación a los resultado de esta pregunta tenemos que el 30% venden casa de pino, el 30% MDF, el 10%, el colchonetas cama dicen que adquiere este producto, el10% piedra con lacado, el 10% ardes, y el 10% lona, para lo cual lo que más compran son MDF y madera de pino.

4.¿EN DONDE LAS ADQUIERE LAS CASA?

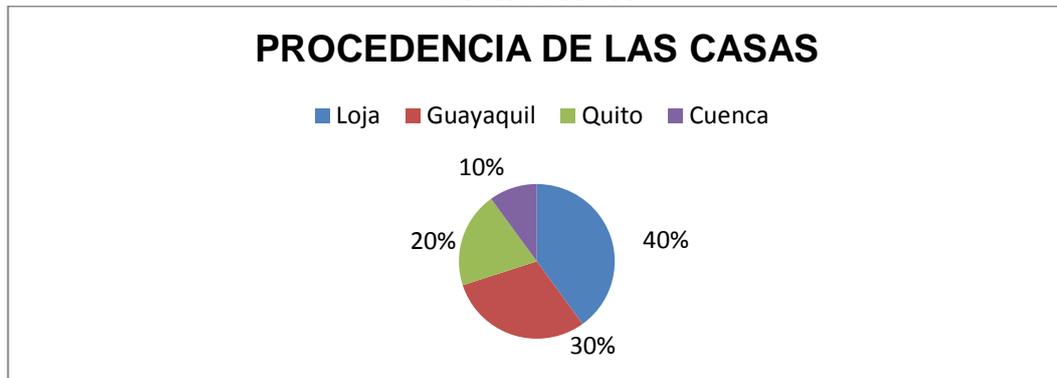
Cuadro N°20
Procedencia de las casas

Alternativa	Frecuencia	%
Loja	4	40%
Guayaquil	3	30%
Quito	2	20%
Cuenca	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: Encuesta a los Oferentes

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 17



INTERPRETACION:

De las encuestas realizadas para saber cuáles son los oferentes en el mercado tenemos que un 40% son de Loja, el 30% son de Guayaquil, el 20% de Quito, y finalmente tenemos Cuenca con un porcentaje del 10%.

g. DISCUSION

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. PRODUCTO PRINCIPAL

Casas de madera para mascotas, donde se ofrecerá este producto para beneficio de las mascotas y de los dueños de los mismos.

CARTACTERISTICAS

- ❖ Madera MDF
- ❖ Techo de Ardex
- ❖ Tapada todos sus cuatro lados
- ❖ Puerta de fácil acceso
- ❖ Ventana diseño patita
- ❖ Color madera y techo lacre
- ❖ Tamaño mediano

Grafico N° 18
Diseño de las casas



1.2. PRODUCTO SECUNDARIO

El proceso no permite obtener otro producto.

1.3. PRODUCTO SUSTITUTO

Las casas para mascotas que se comercializan en el mercado, en madera, ardex, lona, etc.

1.4. PRODUCTO COMPLEMENTARIO

Para la comodidad de las mascotas es importante se coloque una frazada a fin de evitar el frío en las noches.

1.5. DEMANDANTES

Las familias de la Ciudad de Loja que poseen mascotas. La población urbana al 2010 es de 170.280 habitantes el cual se proyecta para los cinco años con una tasa de crecimiento de la población de la ciudad de (2,65%) dándonos como resultado para el año 2016 de una población (199.213) habitantes datos utilizados para calcular el número promedio de miembros de familias, dividiendo el total de la población para cuatro que según el INEN es el número de integrantes promedio por familia, dando un total de 49.803 familias de la ciudad de Loja

1.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA

DEMANDANTES POTENCIALES

De la población total el 95% de las familias manifiesta tener y gustar de mascotas, por tanto, ellas son los demandantes potenciales para el proyecto.

Cuadro N°21

Demandantes potenciales

AÑO	POBLACION FAMILIAS	TASA CRECIMIENTO	DEMANDANTES POTENCIALES
0	49.803	2,65%	85%
1	51.123	2,65%	43.237
2	52.478	2,65%	44.383
3	53.868	2,65%	45.559
4	55.296	2,65%	46.766
5	56.761	2,65%	48.006

FUENTE: cuadro N°1

ELABORACION: La Autora

DEMANDANTES REALES

Lo constituyen aquellas familias que teniendo mascotas adquieren actualmente casa para ellas., en este caso es el 83% de las familias.

Cuadro N°22

Demandantes reales

AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES
0	85%	83%
1	43.237	35.895
2	44.383	36.846
3	45.559	37.823
4	46.766	38.825
5	48.006	39.854

FUENTE: cuadro N°2 cuadro N°6

ELABORACION: La Autora

DEMANDANTES EFECTIVOS

Para determinar la demanda efectiva se toma en cuenta a las familias que manifiestan su aceptación a nuestro producto, en este caso el 89%.

Cuadro N°23

Demandantes efectivos

AÑO	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS
0	83%	89%
1	35.895	31.831
2	36.846	32.675
3	37.823	33.541
4	38.825	34.430
5	39.854	35.342

1.3.1 CONSUMO PROMEDIO

Para poder establecer en consumo promedio anual, se tomó en cuenta la pregunta n°10 de las encuestas que dice: **cuantas casas compra usted.**

Cuadro N°24
Consumo promedio

Detalle	Frecuencia	%	X,m	F*xm
SEMESTRAL	15	5%	2	30
ANUAL	303	95%	1	303
TOTAL	318	100%		333

FUENTE: Cuadro N°11 a los Consumidores
ELABORACION: La Autora

ANALISIS: Para sacar el consumo promedio de cuantas casas será para el año hemos tomado en cuenta la formula siguiente de:

Para sacar el consumo promedio es de la $= \sum = XM / N^{\circ} 333 / 318 = 1,04$

el consumo promedio anual 1 casa al año, con ello se tiene:

Cuadro N° 25
Demanda esperada

AÑO	DEMANDANTES EFECTIVOS	DEMANDA ANUAL	DEMANDA ESPERADA
0	89%	0	0
1	31.831	1	31.831
2	32.675	1	32.675
3	33.541	1	33.541
4	34.430	1	34.430
5	35.342	1	35.342

ELABORACION: La Autora

1.7. ESTUDIO DE LA OFERTA

Para establecer la oferta es quizás uno de los aspectos más complicado ya que la competencia lo que menos puede hacer en proporcionar información a los actuales y posibles competidores.

Para analizar la oferta del producto, es necesario indicar que, en la ciudad de Loja, existen 10 centros que ofrecen casas para mascotas los cuales serían nuestros competidores en el mercado local, su detalle se encuentra en los resultados de esta investigación.

Para proyectar la oferta se tomó datos de la base de S,R,I para saber cuántos locales estuvieron existentes en el, 2014 los cuales hubieron 8

locales existentes, y para siguiente año 2015 existen 10 locales que están activos en el mercado.

Para lo cual utilizamos la siguiente fórmula:

$$TC = \frac{AÑO ANTERIO - AÑO BAE}{AÑO BASE}$$

$$\frac{10 - 8}{8} = 0,25 * 100 = 25\%$$

Con esa tasa de crecimiento se proyectó la oferta para los años de vida de la empresa.

Cuadro N°26
Promedio de ventas

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
AÑO	VENTAS
0	540
1	675
2	844
3	1.055
4	1.318
5	1.648

FUENTE: Encuesta a los Oferentes del cuadro n°20

ELABORACION: La Autora

Para sacar la tasa de crecimiento del año uno se multiplica los 540 por el porcentaje del 25% de la T.C más la misma proyección del año (0) 540 dándonos un valor de 675 valor total para el año 1.

1.8 BALANCE DE OFERTA- DEMANDA

Tomamos en cuenta la cantidad de la demanda futura de, **31.831** menos la oferta total **675** obteniendo como resultado la demanda insatisfecha de **31.156** en el primer año y para los siguientes años utilizamos el mismo procedimiento.

Cuadro N°27
Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA FUTURA	OFERTA	DEMANDAD INSATISFECHA
1	31.831	675	31.156
2	32.675	844	31.831
3	33.541	1.055	32.486
4	34.430	1.318	33.111
5	35.342	1.648	33.694

FUENTE: Cuadro n°30,29,31

ELABORACION: La Autora

De acuerdo a los resultados, podemos darnos cuenta de que existe una demanda insatisfecha de **31.156** menores a la de la oferta total de **675** que es mayor a la demanda efectiva de **31.831**.

1.8. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Es importante conocer que para la comercialización se utilicen los canales de distribución los cuales son el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor y a través de ello poder llegar hasta en los últimos rincones.

EL PRODUCTO

Como se indicó anteriormente son casas de madera.

Grafico N° 19 El producto

La descripción del producto está de acuerdo a las medidas que se tomó en consideración al tamaño de la casa raza mediana o pequeña.



Los cortes de la casa son de las siguientes medidas

- Las partes laterales son de 60 cm
- La parte frontal es de 55 cm
- La cobertura de la puerta es de 30 x45 cm

LOGOTIPO

Se refiere a la imagen que se usara en la portada del producto para que las personas lo puedan identificar y conocerlo.

Grafico N° 20
Logotipo



SLOGAN

El eslogan es la frase que permite posicionar el producto en el mercado actual.

CON "HOUSE PET EURL LTDA"

MASCOTA PROTEGIDA

PRECIO

El precio para ofrecer en el mercado tendrá un margen de utilidad tomando en cuenta los gastos para constituir la empresa así mismo pensando en la comodidad económica ya que esta empresa tomará en cuenta la satisfacción y comodidad de los futuros clientes y siendo favorables para la misma.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los principales canales de distribución, son los siguientes:

Grafico N° 21
Canal de comercialización



PUBLICIDAD

El producto se dará a conocer a través a través de cuñas publicitarias por intermedio de la Boquerón, esta ha sido escogida por mayor aceptación.

Cuadro N° 28
Publicidad

Detalle	Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
CUÑAS PUBLICITARIAS	RADIO	60	720
TOTAL		60	720

FUENTE: Radio Boquerón

ELABORACION: La Autora

Grafico N° 22
Publicidad

**SI QUIERES ADQUIRIRLE UNA CASA A TU MASCOTA VEN
Y VISITANOS EN NUESTRO LOCAL NOSOTROS
GUSTOSOS LE OFRECEMOS NUESTRO PRODUCTO.**



ELABORACION: HausePet.....

P.VP \$50.00.

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACION

2.1.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA

CAPACIDAD INSTALADA

La empresa '**HOUSE PET** tendrá un porcentaje de 100%. De capacidad en el quinto año de vida útil del proyecto, por motivos no contamos con un estado de financiamiento adecuado, no cuenta con el dinero suficiente para invertir la materia prima.

Se estima una producción de 10 casas diarias en un proceso de 8 horas, durante 5 días, a la semana se estaría produciendo 50 casas y para la producción anual se realiza el siguiente cálculo: 50 casas semanales multiplicamos por las 52 semanas que tiene el año y obtenemos como resultado la producción de 2.600 casas al año.

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

- ❖ 10 casas en 8 horas.
- ❖ En 24 horas 30 casas.
- ❖ Las 30 casas por 365 días del año da un total de 10.950 casas.

CAPACIDAD UTILIZADA

La legislación determina que la jornada laboral ordinaria es de 8 horas diarias y 40 a la semana, con ello se tiene una producción de: 10 casas diarias, en una semana se estaría produciendo 50 casas, si multiplicamos

por las **52** semanas que tiene el año, obtenemos como resultado la producción de **2.600** casas al año.

PARTICIPACION EN EL MERCADO

La participación en el mercado se coge de la demanda insatisfecha que es de 31.156, dándonos un valor de 8.35%, de participación en el mercado actual para el primer año.

Cuadro N° 29
Participación en el mercado

AÑO	UNIDADES PRODUCIDAS	DEMANDA INSATISFECHA	PARCIPACION DEL MERCADO
1	2.600	31.156	8,35
2	2.600	31.831	8,17
3	2.600	32.486	8
4	2.600	33.111	7,85
5	2.600	33.694	7,72

FUENTE: Cuadro N° 40

ELABORACION: La Autora

2.1.2. LOCALIZACIÓN

MACRO LOCALIZACIÓN

Comprende el lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto por lo que es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, Provincia, Cantón, Ciudad o área geográfica con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto.

La empresa Productora y Comercializadora de casas de madera para mascotas estará ubicada en la ciudad de Loja en el cantón del mismo nombre

Grafico N° 23. Macolocalizacion



MICROLOCALIZACION

La micro localización se refiere al lugar específico donde está ubicada la empresa y en que se desarrollará la actividad empresarial, para la producción y comercialización del producto de casas de mascotas, por lo tanto, podemos indicar que los factores que son en definitiva decisión para determinar la micro localización

En los análisis indicados, la localización será en la ciudad de Loja en un espacio de aproximadamente **500** metros cuadrados, mismos que serán utilizados para: la planta de producción, administrativa y distribución. La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja: Barrio San Cayetano Alto.

Grafico N° 24. Micro localización
 SAN CAYETANO ATO calles entre la vía ZAMORA Y, PARIS.



FACTORES DE LA LOCALIZACION

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

Para determinar la localización se toma en cuenta algunos factores.

- ❖ Es conveniente analizar posibilidades reales de infraestructura, entre las que se cuenta: alcantarillado, agua potable, recolección de desechos, teléfono e internet. que en el caso actual están garantizados; pues las exigencias del proyecto, son normales y por ello, no necesita instalaciones especiales.

- ❖ El terreno es de naturaleza natural y no tiene fallas geológicas por lo que no tendrá riesgo de inundaciones ni humedad.
- ❖ Las características del sector: es un sector seguro donde lo habitan familias de clase media por lo tanto no existe contaminación ni riesgos por posibles incendios.
- ❖ Facilidades de acceso a proveedores; parqueamiento, congestión vehicular, etc., la zona denominada Central; porque este lugar presta las garantías adecuadas para la recepción de la materia prima y el despacho del producto terminado
- ❖ El estudio técnico determino que la empresa debe tener un lugar físicamente adecuado y capaz de abarcar la producción de las casas de madera para las mascotas; por ello, la mayor parte del espacio, se ocupará con la instalación de la planta productora.

2.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.2.1. COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar la maquinaria y tipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo.

DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y equipo se utilizará para la elaboración de las casas de madera de MDF, lo cual no será necesario importarlas puesto que se las adquirirá en el mercado nacional o local,

Cuadro N°30
Descripción de la maquinaria y equipo

N°	MAQUINARIA	CARACTERISTICAS
1	SIERRA CANTEADORA	Sierras 250mm
1	CALADORA ELECTRICA	Potente motor de 6.5 Amperes con velocidad variable que proporciona un corte rápido hasta 3,100 carreras por minuto
1	AMOLADOR ELECTRICO	Potencia absorbida 2600 W
1	COMPRESOR ELECTRICO	Presión: Mín.: 40 psi Máx.: 125 psi Potencia: 1.1 ch (1.08 hp)
1	TALADRO	Taladro percutor 650W - Electrónico 2 velocidades 13mm portabrocas auto + maletín D21721K.

Grafico N° 25 Sierra Canteadora



DESCRIPCIÓN

- Diámetro de Sierras 250mm
- Potencia Eje Principal (sólo referencial): 15HP
- Altura de Corte máxima (sólo referencial): 75mm
- Ancho de Corte útil (sólo referencial): 250mm.
- Rodillos motrices (superiores e inferiores).
- Rodillos locos a la entrada y salida.
- Una sierra fija y otra móvil.

Grafico N° 26 Amoladora Eléctrica



CARACTERISTICAS

Amoladora angular Bosch GWS 26-180 JBV.

- Potencia absorbida 2600 W.
- ø disco 180 mm.
- Incluye limitador de corriente de arranque.
- Incluye empuñadura de puente giratoria, Vibración, Control.

Grafico N° 27 Caladora Eléctrica



CARACTERISTICAS;

Sierra Caladora Dewalt Profesional

- Potente motor de 6.5 Amperes con velocidad variable que proporciona un corte rápido hasta 3,100 carreras por minuto.
- Cuenta con velocidad variable que permite controlar los cortes por minuto, para trabajar en todo tipo de aplicaciones.
- Sistema patentado de cambio automático sin llave de cuchilla con vástago en "T".
- Caja de engranajes metálica y cambio de cuchilla sin llave, brinda un desempeño de alta calidad en el ámbito de trabajo profesional.

- Acción pendular de 4 posiciones que permite cortes más rápidos y más agresivos.
- Innovador sistema de cuchilla al filo, que permite hacer cortes exactos y evitar pasar el área de corte definida.

Grafico N° 28 **Taladro Reversible**



Taladro percutor 650W - Electrónico 2 velocidades 13mm porta brocas auto + maletín D21721K.

CARACTERISTICAS

- Muy compacto y ligero para una mayor comodidad de uso
- Dos velocidades para ofrecer más par y mayor versatilidad
- Control de velocidad variable y reversible para adaptarse a diferentes materiales
- Interruptor sellado contra el polvo que alarga la vida del interruptor.

Grafico N° 29
Compresor



CARACTERISTICAS;

Compresor de aire / de pistón / lubricado / móvil

Tipo: de aire

Tecnología: de pistón

Lubricación: lubricado

Instalación / movilidad: móvil

Uso previsto: industrial

Presión: Mín.: 40 psi

Máx.: 125 psi

Potencia: 1.1 ch (1.08 hp)

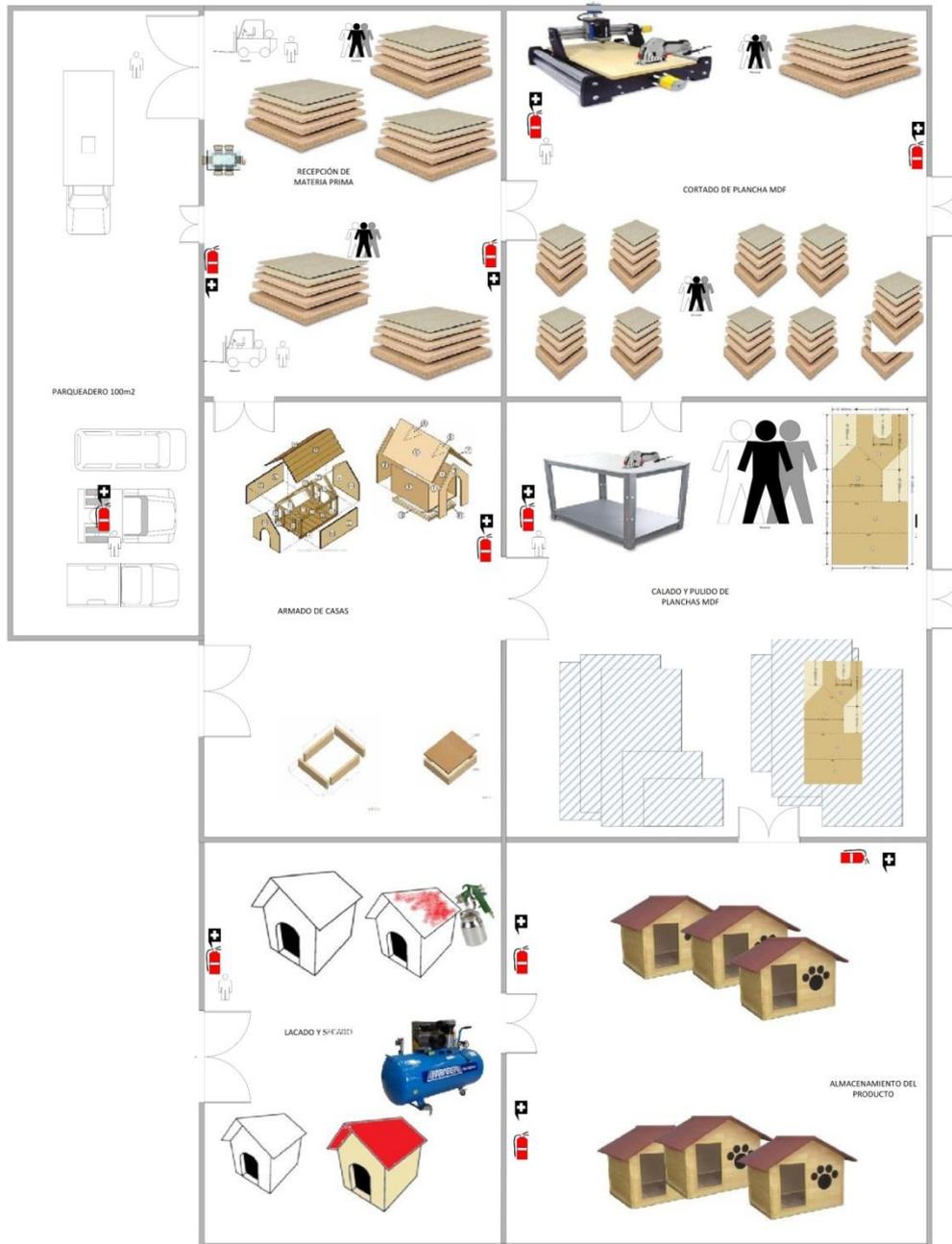
2.2.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente.

Grafico N° 30
Distribución de la Planta de producción (8 SECCIONES)



Grafico N° 31
Distribución de la Planta



1.) SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

En esta etapa se realizara la selección de cada tipo de material y luego se traslada a la mesa de trabajo para continuar con el proceso el tiempo empleado es de 15 minutos.

2.) TRAZADO Y CORTADO DE LAS PLANCHA DE NOVOPLITROPICAL (30 m)

En esta etapa se trazan las planchas según la medida que se requiere y se procede a cortar cada una de las partes con un tiempo de duración de 30 minutos.

3.) PERFORADO Y ESPIGADO

En esta etapa se procede a realizar el perforado de los listones para hacer las espigas para el acoplamiento tiempo de duración 15 minutos.

4.) LIJADO

Se realiza el lijado a mano para ver si hay algún desperfecto con una duración de 15 minutos

5.) SELLADO Y PULIDO

En esta etapa se pone el sellador polioritano que se deja secar al ambiente con un tiempo de duración de 15 minutos.

6.) MONTAJE

Cuando ya se tiene la estructura se procede al acoplamiento de las planchas de los costados y parte posterior e inferior de la casa tiempo empleado 3 horas.

7). LACADO Y SECADO CON LACA ACRILICA

Una vez realizado este proceso se procede a lacar y se deja secar con una duración de 30 minutos.

8). COLOCACION DE LA CUBIERTA

Se realiza la colocación del techo de Ardex a las casa ya terminadas para proceder al control de calidad nuevamente para ello se requiere un tiempo de 2 horas.

9). CONTROL DE CALIDAD

Una vez terminada la casa se realiza la última inspección y se procede al almacenamiento tiempo empleado de 20 minutos.

10). TRASLADO DE LA BODEGA y LAMACENAMIENTO

Una vez realizado el armado de las casas se las traslada a la bodega con una duración de 40 minutos

8.) SIMBOLOGIA DEL FLUJOGRAMA



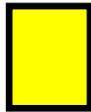
Operación: Cuando se transforma un objeto, se recibe o da información o se planea.



Espera: Cuando se espera la ejecución de una actividad anterior, o que debe esperar ser realizada.



Operación e inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente establecidos en la elaboración de un bien y se está realizando bien la operación.



Inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente



Almacenamiento: el producto es guardado y será trasladado previa de acuerdo a su distribución.



Transporte: cuando un objeto es trasladado de un lugar a otro fuera de la empresa.

Grafico N° 32
Diagrama de del proceso productivo. 10 casas

DIAGRAMA DE ANALISIS DEL PROCESO: DE CASAS DE MADERA								
Fases	Descripción del proceso actividades	operación	inspección	operación e inspección	espera	transporte	almacenamiento	tiempo (minutos)
1	Selección de la materia prima (novaplitropical 15 mm)	●	■					15
2	trazado y cortado de la materia prima	●						30
3	Perforado y espigado	●						15
4	lijado	●						15
5	sellado y pulido	●						15
6	montaje	●						180
7	lacado y secado con laca acrílica resistente al agua	●	■		●			30
8	colocación de la cubierta (techo)	●						120
9	control de calidad			■				20
10	traslado a bodega y almacenamiento	●				➔	▼	40
	TOTALES							480

Fuente: La Autora

HOJA DE RUTA DEL PROCESO PRODUCTIVO

OPERACIÓN	DESCRIPCION DEL PROCESO ACTIVIDADES	DEPARTAMENTO	MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS
1	Recepción de la materia prima (novaplitropical 15 mm)	1	-----
2	preparación de la materia prima	2	Sierra
3	trazado y cortado de la materia prima	2	sierra- escuadra - metro
4	control de calidad	7	-----
5	Perforado y espigado	3	Taladro
6	masillada y emporada	3	espátula
7	sellado polioritano	4	sellador
8	lijado	3	Amoladora
9	sellado y pulido	4	sellador
10	montaje	3	cola, clavos y tornillo
11	lacado con laca acrílica resistente al agua	4	compresor
12	secado	5	-----
13	colocación de la cubierta (techo)	6	Ardex, clavos y capucho asegurador
14	control de calidad	7	-----
15	traslado a la bodega	8	-----
16	almacenamiento	8	-----

Fuente La Autora

2.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

2.3.1. BASE LEGAL

De acuerdo a la Ley de Compañía en el artículo 93 que dice “ ”de nuestro país y tomando en cuenta las disposiciones generales y artículos de la misma, la empresa denominada **(Empresa Productora y Comercializadora de casas de madera para mascotas en la ciudad de Loja), se constituirá como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada.**

2.3.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

FILOSOFIA EMPRESARIAL.

❖ VISION:

Ser una empresa líder en el mercado local en el año 2021, elaborando un producto diferente según el tamaño y raza de las mascotas.

- ##### **❖ MISION:** Producir y comercializar casas de mascotas para buscar satisfacer al mercado elaborado un producto de buena calidad, para abastecer en forma oportuna y eficiente a nuestros clientes.

PRINCIPIO Y VALORES

Principios.

- **Trabajo en Equipo.**

Todas las actividades que se realicen dentro de las instalaciones de la empresa serán incentivadas para realizarlo en equipo, esto permitirá crear

un mejor ambiente laboral.

- **Creatividad**

La creatividad de todos los empleados es fundamental al momento de aportar con ideas para crear nuevos modelos o realizar los respectivos procesos a cargo de cada persona.

- **Orden y Disciplina.**

Los empleados deberán acatar las reglas y normas establecidas de la empresa.

- **Responsabilidad Social.**

La responsabilidad social es un eje importante en el desarrollo de las actividades de la empresa, esta estará preocupada por el desarrollo de la comunidad, a través de diferentes medios como programas de reciclaje.

- **Valores:**

- **Honestidad.**

Demostrar a través de la labor que realiza cada uno de los miembros, honestidad y justicia hacia el cliente, por medio de acciones que permitan combatir la corrupción existente.

- **Responsabilidad.**

Cada miembro de la empresa debe cumplir sus obligaciones y tareas con responsabilidad, promoviendo el progreso y creando una conciencia de superación y compromiso para el logro de los objetivos planteados.

Compromiso.

Todos quienes pertenecen a la empresa se comprometen a dar lo mejor de si mismos, con la finalidad de generar una empresa de respeto y de alto nivel de competitividad, así como de calidad frente a las necesidades del cliente.

Lealtad.

Crear una conciencia de compromiso y fidelidad de los empleados hacia la empresa, contribuyendo al desarrollo de los objetivos propuestos por misma.

Respeto.

Crear en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas.

NIVELES JERARQUICOS

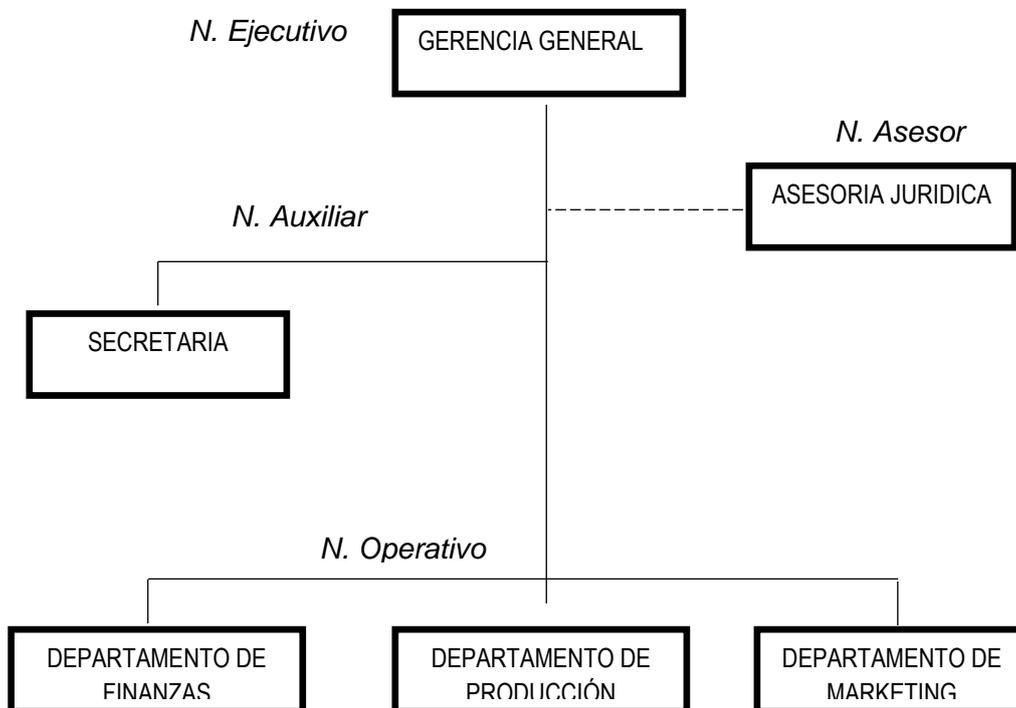
- **Nivel Legislativo-Directivo:** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, está conformado por la dueña de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo
- **Nivel Asesor:** Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica.

- **Nivel Operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las áreas de producción, administrativa y financiera.
- **Nivel de Apoyo:** Ayuda a los otros niveles en la prestación de servicios internos con oportunidades y eficiencia, en este caso la secretaria – contadora.

ORGANIGRAMAS

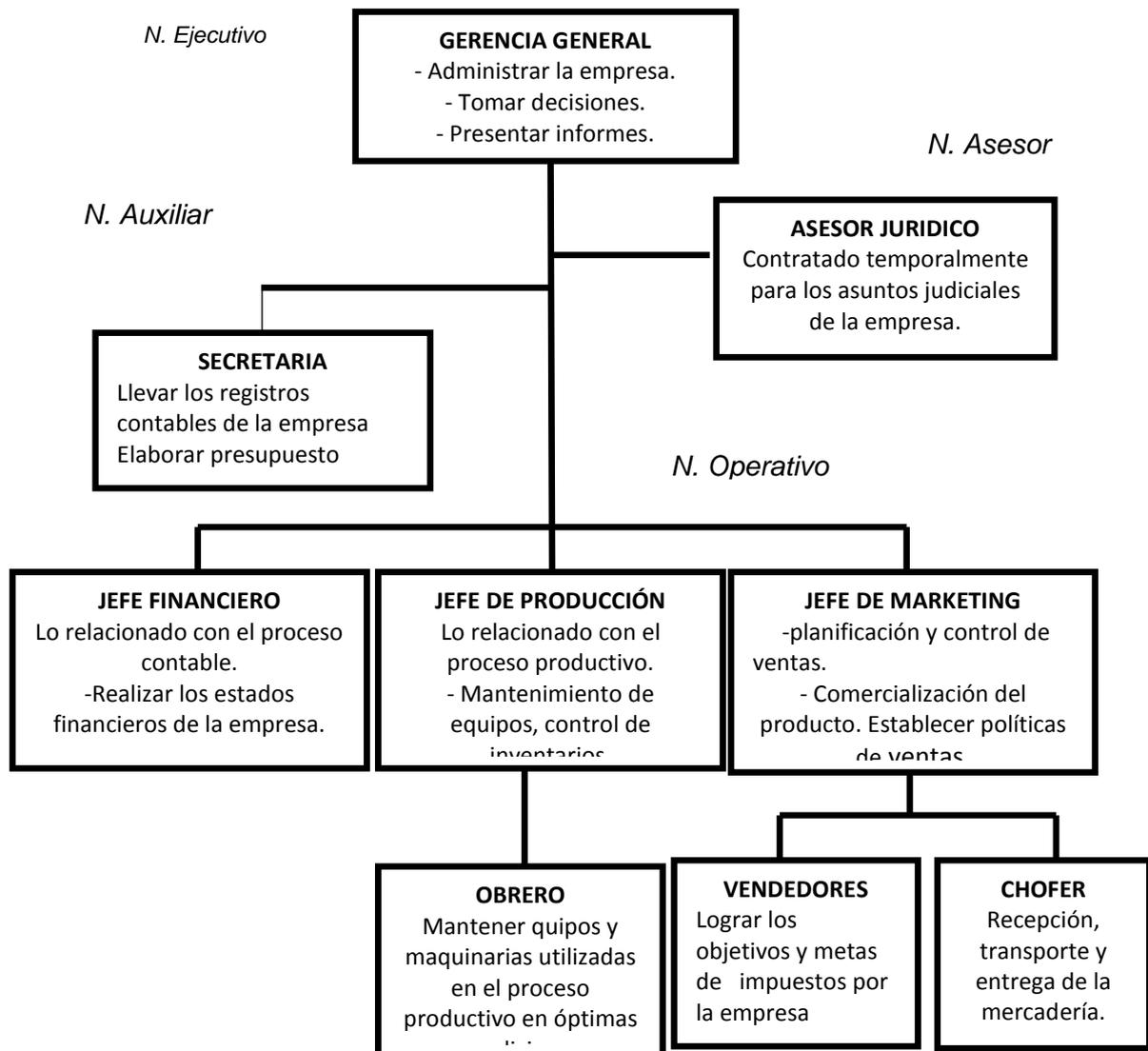
Se refleja en forma esquemática las unidades que las componen, su relación orgánica, sus niveles jerárquicos y canales formales de comunicación y asesoría.

Grafico N° 33
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



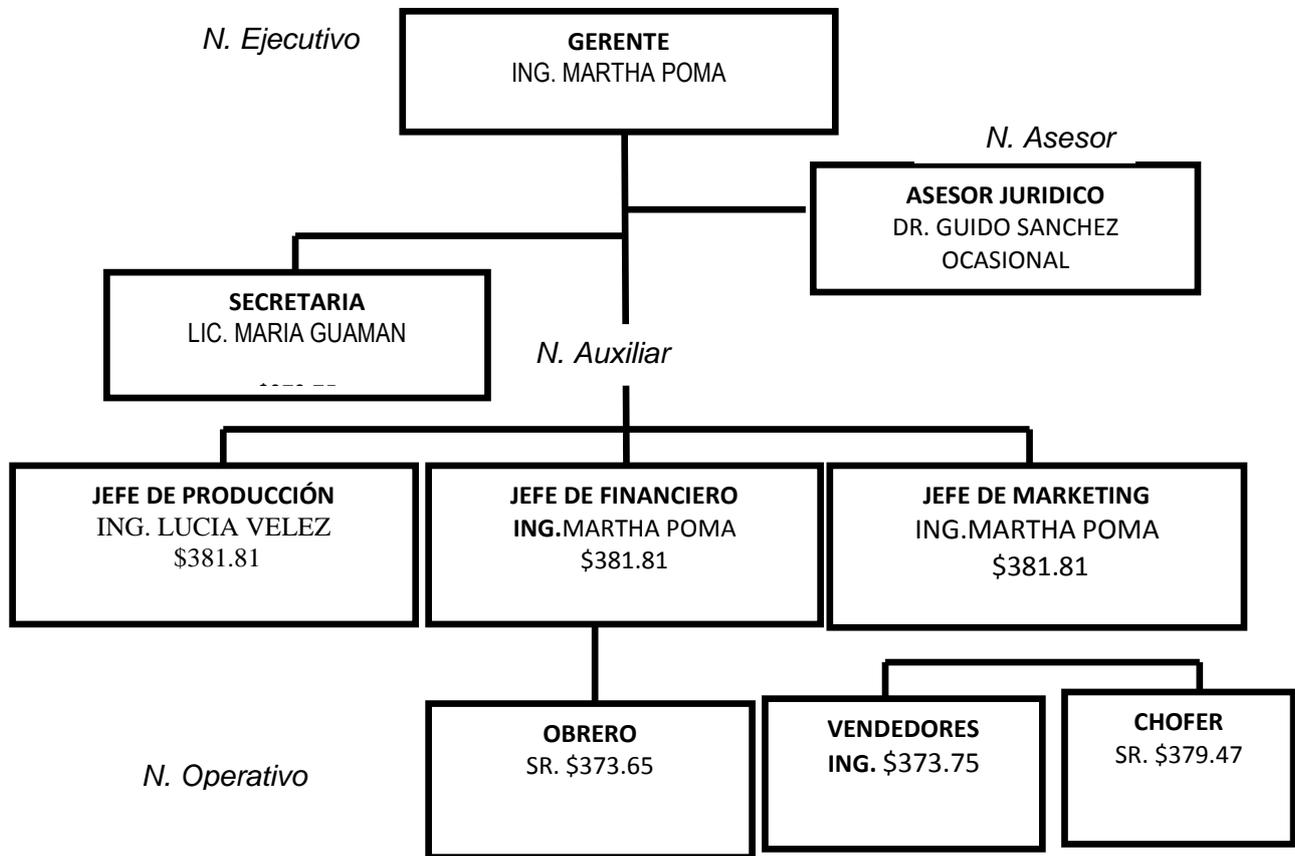
Fuente y elaboración: la autora

Grafico N° 34 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: la autora

**Grafico N° 35
ORGANIGRAMA POSICIONAL.**



Fuente y Elaboración: la autora

**MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE CASAS DE MADERA PARA MASCOTAS
“HOUSE PET EURL. LTDA.”**

**CON “HOUSE PET EURL LTDA”
MASCOTA PROTEGIDA**

CÓDIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

DEPENDE DE: Directorio

SUPERVISA A: Todo el personal

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

FUNCIONES:

Cumplir con las disposiciones dadas en el Directorio e informar sobre la marcha de las mismas.

Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa.

Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.

Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.

Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. Organizar cursos de capacitación.

Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Profesional en Administración de Empresas..

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

CON "HOUSE PET EURL LTDA" MASCOTA PROTEGIDA

CÓDIGO: 02

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

DEPENDE DE: Gerencia

SUPERVISA A: No aplica

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa

FUNCIONES:

Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.

Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.

Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.

Participar en procesos contractuales.

Asesorar a los accionistas en lo relacionado al aspecto legal.

Realizar los trámites legales de la empresa.

Preparar informes y dictámenes de tipo legal.

Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad en la legalización de documentos

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Profesional en Abogacía.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

CON "HOUSE PET EURL LTDA" MASCOTA PROTEGIDA

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: No aplica

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.

FUNCIONES:

Atender al público.

Brindar información a los clientes.

Redactar oficios, memorando y circulares internos.

Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.

Manejar archivo.

Administración de Caja Chica

Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Profesional en contabilidad, conocimientos en atención al cliente.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

CON "HOUSE PET EURL LTDA" - MASCOTA PROTEGIDA

CÓDIGO: 04

NOMBRE DEL PUESTO : Chofer

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: No aplica

NATURALEZA DEL TRABAJO: Representar a la empresa ante los diversos medios de distribución y comercialización del mercado, dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.

FUNCIONES:

- Promoción y comercialización del producto
- Entrega de pedidos a clientes.
- Elaboración de informes y control de producto vendido.
- Más funciones que le asignen los supervisores.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Venta y promoción de producto en la ciudad

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Chofer profesional, Mínimo bachiller, conocimientos fundamentales en ventas y atención al cliente.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

CON "HOUSE PET EURL LTDA" MASCOTA PROTEGIDA

CÓDIGO: 05

NOMBRE DEL PUESTO :Jefe de Producción

DEPENDE DE. Gerencia

SUPERVISA A: Obreros

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento y la producción correcta de la planta procesadora.

FUNCIONES:

- Elaborar y hacer cumplir los lineamientos de la producción determinados según la programación establecida.
- Realizar un control estricto y permanente de calidad de la materia prima e insumos y del producto durante el proceso hasta que esta concluya.
- Supervisar y controlar las actividades afines diarias del departamento.
- Capacitar a los obreros oportunamente en el perfeccionamiento de los procesos y la dosificación de los insumos a utilizarse por cada producción.
- Supervisar y controlar las existencias de materia prima e

insumos y su cuidado de estas para evitar paralizar a las actividades fabriles.

- Presentar informes diarios detallados de materiales utilizados en el proceso de producción, de inconvenientes durante el proceso ya sea por materiales o falta de equipos, la cantidad y la calidad del producto obtenido.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Elaboración y control de la producción.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Título de artesano Ebanista.

EXPERIENCIA: Experiencia de dos años en funciones similares.

CON "HOUSE PET EURL LTDA" MASCOTA PROTEGIDA

CÓDIGO: 06

NOMBRE DEL PUESTO : OBREROS

DEPENDE DE. Jefe de producción

SUPERVISA A: No aplica

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza la elaboración del producto en la empresa para su posterior comercialización.

FUNCIONES:

Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.

Se encargan de la actividad productiva de la empresa, aplicando técnicas adecuadas y modernas para la realización el producto.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Elaboración y control de la producción.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Maestros en ebanistería y carpintería.

EXPERIENCIA: Experiencia de un año en funciones similares.

CON "HOUSE PET EURL LTDA" MASCOTA PROTEGIDA

CÓDIGO: 07

NOMBRE DEL PUESTO : Vendedor

DEPENDE DE. Jefe de mercadotecnia

SUPERVISA A: No aplica

NATURALEZA DEL TRABAJO: Representar a la empresa ante los diversos medios de distribución y comercialización del mercado, dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.

FUNCIONES:

- Promoción y comercialización del producto
- Entrega de pedidos a clientes.
- Elaboración de informes y control de producto vendido.
- Más funciones que le asignen los supervisores.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Venta y promoción de producto en la ciudad

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Mínimo bachiller, conocimientos fundamentales en ventas y atención al cliente.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima en funciones similares.

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

3.1.1. INVERSIONES

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

La estructura de las inversiones en activos fijos, para la empresa ‘HOUSE PET EURL’, está compuesta por:

Vehículo: son los requerimientos para el abastecimiento del sistema productivo, entrega del producto a los clientes y ocasionalmente para la administración se adquirirá un vehículo cuyas características son las siguientes:

Cuadro N° 31
Vehículo

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
camioneta de segunda (marca MAZDA BT-50) año2010	1	10000	10000

Fuente: Patios de Vehículos

Elaboración: La Autora

Maquinaria y equipo. Agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo

Cuadro N° 32

Maquinaria y equipo			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Sierra canteadora	1	3680	3.680
Caladora eléctrica	1	1200	1.200
Amolador eléctrico	1	195	195
Compresor	1	210	210
Taladro reversible	1	198	198
TOTAL			5.483

Fuente: PLACACENTRO MASISA

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres: comprende todo los bienes que se necesitan para la adecuación de la oficina.

Cuadro N°33

Presupuesto muebles y enseres			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
escritorio gerencia	1	120	120
escritorio normal	1	100	100
Silla giratoria	2	60	120
sillas de oficina	5	40	200
mueble archivador	2	120	240
TOTAL			780

Fuente: Muebles San José

Elaboración: La Autora

Equipo de Cómputo: Dentro este robro la empresa adquirirá computadora completa de escritorio para un mejor desenvolvimiento de las actividades dentro de la empresa, los cuales fuero cotizados en los almacenes de la ciudad de Loja.

Cuadro N°34

Equipo de computo			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Computadora HP	2	700	1.400
Impresora	2	200	400
TOTAL			1.800

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

Herramientas: Corresponde todo los implementos necesarios y complementarios para la realización adecuada del proceso productivo; los mismos que a continuación detallaremos.

Cuadro N° 35**Herramientas**

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Metro	2	4,5	9
Espátulas	10	1	10
Escuadras	6	3	18
Brocas	12	15	180
Martillos	2	6,5	13
destornilladores (caja)	2	25	50
desarmadores (caja)	1	30	30
Total			310

Fuente: Ferrisariato
Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina. Está compuesta por todas las máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas de oficina.

Cuadro N° 36**Equipo de oficina**

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Teléfono	1	120	120.00
Sumadora	1	180	180.00
TOTAL			300.00

Fuente: PROHOGAR
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 37**Resumen de la Inversión de los Activos Fijos**

Detalle	Valor
Vehículo	10.000.00
maquinaria	5.483.00
muebles y enseres	780.00
Equipo de computo	1.800.00
Herramientas	310.00
Equipo de oficina	300.00
	18.673.00

Los costos totales de los activos fijos son de \$18.673.00.

Depreciación de los Activos Fijos

Para sacar las depreciaciones se considera los bienes tangibles que se desgastan durante su vida útil del proyecto.

Cuadro N° 38
Depreciación de los activos fijos

Descripción	Valor	Depreciación	Valor residual	Depreciación anual
Vehículo	10.000,00	20%	-	2.000,00
maquinaria	5.483,00	10%	2.741,50	548,30
equipo de computo	1.800,00	33,33%	600,00	600,00
equipos de oficina	300,00	10%	150,00	30,00
herramientas	310,00	10%	155,00	31,00
muebles y enseres	780,00	10%	390,00	78,00
TOTAL			4.036,50	3.287,30

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Activos constituidos por los derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro N° 39
Activos diferidos

Detalle	Valor/unitario
Constitución de la empresa	1.000.00
Permiso de funcionamiento	500.00
Estudio preliminares	1.500.00
Adecuaciones para la empresas	1.000.00
TOTAL	4.000.00

Elaboración: La Autora

El costo de los activos diferidos son los pagos adelantados que cubre la empresa que es de \$4.000.00 dólares

Amortización de los Activos Diferidos

La amortización es la acción que consiste en distribuir el costo de un bien

en determinados periodos, en tal forma que la suma de las amortizaciones parciales sea igual al costo del bien al final del periodo.

La amortización de los activos diferidos de la empresa “HOUSE PET” Cía. Ltda. Ascende a 800.00 dólares anuales.

INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Materia Prima Directa: se considera el capital en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario un tiempo máximo de un mes, esto garantizara la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación.

Cuadro N° 39
Balances de producción

Material	Cantidad	Unidad Medida	Rendimiento	Producto
Ardex	1	Plancha	3	Casas
Listones	1	Unidades	1	Casa
MDF	1	Plancha	3	Casas

Cuadro N° 40
Materia Prima Directa

Material	cantidad	precio unitario	total ANUAL	TOTAL MENSUAL
(Novaplitropicacal) (2,44x2,14. MDF)	867	25	21.675.00	1.806.25
Listones	2.600	1.5	3.900.00	325.00
Ardex	867	16	13.872.00	1.1156.00
TOTAL			39.447.00	3.287.25

Fuente: PLACA CENTRO MASISA
Elaboración: La Autora

Materia Prima Indirecta: Son los todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**Cuadro N° 41
Materia Prima Indirecta**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total Anual	Total Mensual
TORNILLOS (2 PULGADAS)	20.800	0,02	416.00	54.67
CLAVOS DE ARDEX	10.400	0,05	520.00	43.33
CAPUCHO ASEGURADOR	10.400	0,02	208.00	17.33
GOMA (galón)	50	8,00	400.00	33.33
TOTAL				128.67

Fuente: PLACA CENTRO MASISA

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa. Para determinar el costo de mano de obra directa es necesario realizar roles de pago, el mismo que constará de los beneficios de ley como décimo tercero, décimo cuarto, también consta las aportaciones que se deben realizar Aporte al IECE y el SECAP con el (0,1%) como el respectivo aporte patronal (11,15%).

**Cuadro N° 42
Mano de Obra Directa. Obreros**

DETALLE	COSTO
Salario Básico Unificado	400
Aporte Patronal 11,15%	44,6
Décimo Tercero	33,33
Décimo Cuarto	30,5
Vacaciones	16,67
Aporte IECE 0,5%	2
Aporte Secap 0,5%	2
Fondo Reserva 1/12	33,33
TOTAL	529,1
Número de Trabajadores	2
TOTAL MENSUAL	1.058,20
TOTAL ANUAL	12.698,40

Fuente: Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

Energía Eléctrica. Son servicios básicos que la empresa demanda para su normal funcionamiento.

Cuadro N° 43

Energía Eléctrica			
Detalle	Cantidad kw	Valor Unitario	Valor Mensual
Energía Eléctrica (KW)	100	0,10	10.00
TOTAL			10.00
		ANUAL	120.00

Fuente: EERSSA
Elaboración: La Autora

Agua Potable. Este servicio básico será utilizado para el área administrativa

Cuadro N° 44

Agua Potable			
Detalle	Cantidad (m3)	Valor Unitario	Valor Mensual
Consumo de agua	60	0,10	6.00
TOTAL			6.00
		ANUAL	72.00

Fuente: UMAPAL
Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE OPERACION

Gastos Administrativos

Remuneraciones Administrativas: son los pagos por sus servicios que se le harán personal que labora en la empresa dentro de la parte administrativa, su valor asciende a **\$ 2.741,90** dólares americanos.

Cuadro N° 45
Remuneraciones Administrativas

DETALLE	GERENTE	SEC.CONT	ASESOR J.
Salario Básico Unificado	500,00	400,00	200,00
Aporte Patronal 11,15%	55,75	44,60	
Décimo Tercero	41,67	33,33	
Décimo Cuarto	30,50	30,50	
Aporte IECE 0,5%	2,50	2,00	
Aporte Secap 0,5%	2,50	2,00	
Fondo Reserva 1/12	33,33	33,33	
TOTAL	666,25	545,76	200,00
Número de Trabajadores	1	1	1
	666,25	545,76	200,00
	7.994,96	6.549,16	2.400,00
TOTAL ANUAL			16.944,12
TOTAL MENSUAL			1412,01

Fuente: Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

Arriendo: El local requerido para nuestra empresa tiene un costo de \$300 en la ciudad de Loja Barrio San Cayetano Alto, que es el lugar donde se va a instalar la empresa

Cuadro N° 46

Arriendo		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo del local	300	3600
TOTAL		3600

Fuente: Mercado local. Casas renteras

Elaboración: La Autora

Energía Eléctrica. Son servicios básicos que la empresa demanda para su normal funcionamiento.

Cuadro N° 47

Energía Eléctrica			
Detalle	Cantidad kw	Valor Unitario	Valor Mensual
Energía Eléctrica (KW)	100	0,10	10.00
TOTAL			10.00
		ANUAL	120.00

Fuente: EERSSA

Elaboración: La Autora

Agua Potable. Este servicio básico será utilizado para el área administrativa

Cuadro N° 48

Agua Potable			
Detalle	Cantidad (m3)	Valor Unitario	Valor Mensual
Consumo de agua	60	0,10	6.00
TOTAL			6.00
		ANUAL	72.00

Fuente: UMAPAL
Elaboración: La Autora

Teléfono. Servicio básico para comunicación interna y externa.

Cuadro N° 49

Teléfono			
Detalle	Cantidad (Minutos)	Valor Mensual	Valor Anual
Teléfono		15.00	180.00
TOTAL			180.00

Fuente: CNT
Elaboración: La Autora

Internet. Servicio básico para comunicación interna y externa.

Cuadro N° 50

Internet			
Detalle	Cantidad (Megas)	Valor Mensual	Valor Anual
Internet		20.00	240.00
TOTAL			240.00

Fuente: CNT
Elaboración: La Autora

Suministro de Oficina: se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas de la empresa.

Cuadro N° 51

Suministros de Oficina				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Carpetas archivadoras	1	2,4	2,4	28,8
Sacapuntas	3	0,25	7,5	90
Esferográficos	1	2,5	2	24
Lápices (caja)	1	2	1,25	15
Libretas	2	1,25	13	156
Tintas de impresora	4	6,5	13	156
Hojas de papel bon(resma)	2	3,25	6,5	78
TOTAL			45,65	547,8

Fuente: Graficas Santiago

Elaboración: La Autora

Útiles de Aseo: son aquellos utensilios necesarios para buena imagen de la empresa tanto interna como externa.

Cuadro N° 52

Útiles de Aseo				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Escobas	3	2	6	72
Trapeadores	2	3	6	72
Desinfectante (galón)	1	3,5	3,5	42
Papel higiénico (tira)	1	3,8	3,8	45,6
Basurero	2	2	4	48
Jabón liquido	2	2,8	5,6	67,2
Recogedor de basura	2	1	2	24
TOTAL			30,9	370,80

Fuente: Almacenes TIA

Elaboración: La Autora

Gastos de Ventas

Publicidad: es la actividad que tiene como objetivo anunciar el producto a través de hojas volantes y carteles a los medios publicitarios y apoyar así la acción de las ventas.

Cuadro N° 53

Publicidad		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Cuñas publicitarias	60	720
TOTAL	60	720

Fuente: Radio Boquerón

Elaboración: La Autora

Combustible y Lubricantes. Valores por elementos que permiten movilizar el vehículo.

Cuadro N° 54

Combustible y Lubricantes					
Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Gasolina	Galones	48	1,48	71.04	852.48
Aceites	Cambio	1		35	420.00
TOTAL				106.04	1.272.48

Fuente: Gasolineras de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Matricula de vehículo. Valor a pagar para que el vehículo se pueda movilizar libremente.

Cuadro N° 55
Matricula de vehículo

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Matricula		350.00
TOTAL		350.00

Fuente: Radio Boquerón

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 56
Resumen del Capital de Trabajo (Activo Circulante)

COSTO DE PRODUCCION	
<u>Costo Primo</u>	
Materia Prima Directa	3.287,25
Mano de Obra Directa	1.058,20
Materiales directos	172,00
Energía eléctrica	10,00
Agua Potable	6,00
Arriendo	300,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	4.833,45
COSTO DE OPERACIÓN	-
<u>Gastos de Administración</u>	-
Remuneraciones Administrativas	1.412,01
Servicio Agua Potable	6,00
Servicio telefónico	15,00
Energía Eléctrica	10,00
Internet	20,00
Suministros de Oficina	45,65
Útiles de Aseo	30,90
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.539,56
<u>Gastos de Ventas</u>	-
Publicidad	60,00
Aceites y lubricantes	106,04
Matricula de vehículo	29,17
TOTAL GASTOS DE VENTAS	150,21
<u>Gastos Financieros</u>	-
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	300,41
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	6.718,42

Resumen de las Inversiones

El presente emprendimiento comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, así como del capital de trabajo e imprevistos. A continuación se detalla el resumen de inversiones necesarias para el emprendimiento.

Cuadro N° 57
Resumen de las Inversiones

ACTIVO	MONTO
Fijo	18.673.00
Diferido	4.000.00
Capital de trabajo	6.718,42
INVERSION TOTAL	29.391.42

3.1.2. FINANCIAMIENTO

La empresa requiere de una inversión de 29.391.42 dólares, que se financiará con el aporte del socio de 19.391.42 y el valor restante con el préstamo de la Cooperativa la JEEP con el 14%.

Cuadro N° 58
Financiamiento

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital propio	19.391.42	69%
Capital externo	10.000,00	31%
Total	29.391.42	100%

FINANCIAMIENTO EXTERNO DE LA EMPRESA

Cuadro N° 59
Financiamiento EXTERNO

DETALLE	VALOR	TOTAL
MONTO	10000,00	10000,00
TASA	14,00	0,14
AÑO	5	

Fuente: Cuadro 74

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 60
Tabla de Amortización de Crédito

AÑOS	SEMESTRES	SALDO INICIAL	DIVIDENDO SEMESTRAL	INTERES	INTERES ANUAL	AMORTIZACION	SALDO FINAL
0		10000					10.000
	1	10000	1575,00	575,00	1092,50	1000,00	9000,00
1	2	9000,00	1517,50	517,50		1000,00	8000,00
	1	8000,00	1460,00	460,00	862,50	1000,00	7000,00
2	2	7000,00	1402,50	402,50		1000,00	6000,00
	1	6000,00	1345,00	345,00	632,50	1000,00	5000,00
3	2	5000,00	1287,50	287,50		1000,00	4000,00
	1	4000,00	1230,00	230,00	402,50	1000,00	3000,00
4	2	3000,00	1172,50	172,50		1000,00	2000,00
	1	2000,00	1115,00	115,00	172,50	1000,00	1000,00
5	2	1000,00	1057,50	57,50		1000,00	0,00
			13162,50	3162,50		10000,00	

3.2. ANÁLISIS DE LOS COSTOS

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Materia Prima Directa: se considera el capital en el presente caso, **39.447.00.**

Materia Prima Indirecta: Son los todos los valores de materiales sujetos a transformación, **1.544.00** dólares anuales.

Mano de Obra Directa. Para determinar el costo de mano de obra directa es necesario realizar roles de pago, su valor anual es de **12.698,40**

Energía Eléctrica. Son servicios básicos que la empresa demanda para su normal funcionamiento. **120.00** anual.

Agua Potable. Este servicio básico será utilizado para el área productiva **72.00** anual.

Depreciaciones, en este caso de maquinaria y equipo y herramientas.

Cuadro N° 61

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
Descripción	Valor	Depreciación	Valor residual	Depreciación anual
maquinaria y equipo	5.483,00	10%	2.741,50	548,30
herramientas	310,00	10%	155,00	31,00

PRESUPUESTO DE OPERACION

Gastos Administrativos

Remuneraciones Administrativas: son los pagos por sus servicios que se le harán personal que labora en la empresa dentro de la parte administrativa, su valor asciende a **16.944,12**dólares americanos.

Arriendo: El local requerido para nuestra empresa tiene un costo de **3.600** anuales.

Energía Eléctrica. Son servicios básicos que la empresa demanda para su normal funcionamiento. **120.00** anuales

Agua Potable. Este servicio básico será utilizado para el área administrativa **72.00** anuales

Teléfono. Servicio básico para comunicación interna y externa. **180.00** anuales

Internet. Servicio básico para comunicación interna y externa. **240.00** anuales

Suministro de Oficina. Aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas **547,80** anuales

Útiles de Aseo. son aquellos utensilios necesarios para buena imagen de la empresa tanto interna como externa. **370,80** anuales

Depreciaciones, en este caso de los activos que se utilizan en el área administrativa.

Cuadro N° 62

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
Descripción	Valor	Depreciación	Valor residual	Depreciación anual
equipo de computo	1.800,00	33,33%	600,00	600,00
equipos de oficina	300,00	10%	150,00	30,00
muebles y enseres	780,00	10%	390,00	78,00

Gastos de Ventas

Publicidad: es la actividad que tiene como objetivo anunciar el producto a través de medios publicitarios y apoyar así la acción de las ventas.**720.00** dólares al año.

Combustible y Lubricantes. Valores por elementos que permiten movilizar el vehículo.**1.272.48**

Matricula de vehículo. Valor a pagar para que el vehículo se pueda movilizar libremente.**350.00**

Depreciaciones, en este caso lo correspondiente a ventas.

Cuadro N° 63

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
Descripción	Valor	Depreciación	Valor residual	Depreciación anual
Vehículo	10.000,00	20%	-	2.000,00

Gastos Financieros.

Intereses. Los valores a pagar por concepto de uso del dinero prestado.

Cuadro N° 63

Gastos Financieros.

AÑO	SEMESTRE	SALDO INICIAL	INTERES SEMESTRAL	Gasto Financiero
0		10.000		
	1	10.000	575,00	
1	2	9.000,00	517,50	1.092,50
	1	8.000,00	460,00	
2	2	7.000,00	402,50	862,50
	1	6.000,00	345,00	
3	2	5.000,00	287,50	632,50
	1	4.000,00	230,00	
4	2	3.000,00	172,50	402,50
	1	2.000,00	115,00	
5	2	1.000,00	57,50	172,50

Otros Gastos

Amortización de activo diferido. Para recuperar los gastos pre operacionales, en este caso los 4.000 dólares se recuperan en 5 años, a razón de 800 dólares por año.

Amortización del crédito. Para cancelar el crédito que financia la inversión en el plazo de 5 años, a razón de 2.000 dólares anuales.

Cuadro N° 64
Amortización de Crédito

AÑO	SEMESTRES	SALDO INICIAL	AMORTIZACION	AMORTIZACION CREDITO
0		10.000		
	1	10.000	1000,00	
1	2		1000,00	2.000.00
	1	8.000,00	1000,00	
2	2		1000,00	2.000.00
	1	6.000,00	1000,00	
3	2		1000,00	2.000.00
	1	4.000,00	1000,00	
4	2		1000,00	2.000.00
	1	2.000,00	1000,00	
5	2		1000,00	2.000.00

3.2.1. COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

$$CP = CF + G. ADM + G. FIN + G. V + O. G$$

Cuadro N° 65
Costo Total de Producción

COSTO DE PRODUCCION	1,00
Costo Primo	
Materia Prima Directa	39.447,00
Mano de Obra Directa	12.698,40
Materiales directos	1.544,00
Total Costo Primo	53.689,40
Gastos Indirectos de Fabricación	
Energía eléctrica	120,00
Agua Potable	72,00
Depreciación de maquinaria y equipo	548,30
Depreciación de herramientas	31,00
Total G.I.F	771,30
TOTAL COSTO PRODUCCION	54.460,70
COSTO DE OPERACIÓN	
Gastos de Administración	
Remuneraciones Administrativas	16.944,12
Arriendo	3.600,00
Servicio Agua Potable	72,00
Servicio telefónico	180,00
Energía Eléctrica	120,00
Internet	240,00
Suministros de Oficina	547,80
Útiles de Aseo	370,80
Depreciación Equipo de Oficina	30,00
Depreciación Muebles y Enseres	78,00
Depreciación Equipo de Computo	600,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.782,72
Gastos de Ventas	
Publicidad	720,00
Aceites y lubricantes	1.272,48
Matricula de vehículo	350,00
Depreciación de vehículo	2.000,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4.342,48
Gastos Financieros	
Intereses sobre crédito	1.092,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.092,50
Otros Gastos	
Amortización del activo diferido	800,00
Amortización del crédito	2.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	2.800,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	31.017,70
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	85.478,40

$$\text{CTP} = \text{CF} + \text{G. ADM} + \text{G.V} + \text{G. FIN} + \text{O. G}$$

$$\text{CTP} = 54.460,70 + 22.782,72 + 4.342,48 + 1.092,50 + 2.800,00$$

$$\text{CTP} = 85.478,40$$

3.2.2. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

$$\text{CUP} = \text{CTP} / \text{N}^\circ \text{ Unidades producidas.}$$

$$\text{CUP} = 85.478,40 / 2.600.$$

$$\text{CUP} = 32.88 \text{ por casa para el año 1.}$$

3.3. ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para establecer el precio de venta se toma como referencia los costos unitarios de producción pero además se los relaciona con los precios de la competencia.

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

$$\text{PVP} = 32.88 + 56.25\%$$

$$\text{PVP} = 50.00$$

3.4. PRESUPUESTOS PROFORMADOS

3.4.1. Presupuesto de Costos

Los costos totales de la producción del proyecto, se calcula con la tasa de incremento del 5% de acuerdo a la tasa de inflación real del año 2015, esto se utiliza para los cinco años de duración del proyecto.

Cuadro N° 66
Presupuesto de Costos

COSTO DE PRODUCCION	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00
<u>Costo Primo</u>					
Materia Prima Directa	39.447,00	41.419,35	43.490,32	45.664,83	47.948,08
Mano de Obra Directa	12.698,40	13.333,32	13.999,99	14.699,99	15.434,98
Materiales directos	1.544,00	1.621,20	1.702,26	1.787,37	1.876,74
Total Costo Primo	53.689,40	56.373,87	59.192,56	62.152,19	65.259,80
<u>Gastos Indirectos de Fabricación</u>					
Energía eléctrica	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Agua Potable	72,00	75,60	79,38	83,35	87,52
Depreciación de maquinaria y equipo	548,30	548,30	548,30	548,30	548,30
Depreciación de herramientas	31,00	31,00	31,00	31,00	31,00
Total G.I.F	771,30	749,90	759,98	197,50	781,68
TOTAL COSTO PRODUCCION	54.460,70	57.123,77	59.952,54	62.349,69	66.041,48
<u>COSTO DE OPERACIÓN</u>					
<u>Gastos de Administración</u>					
Remuneraciones Administrativas	16.944,12	17.791,33	18.680,89	19.614,94	20.595,68
Arriendo	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Servicio Agua Potable	72,00	75,60	79,38	83,35	87,52
Servicio telefónico	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Energía Eléctrica	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Internet	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Suministros de Oficina	547,80	575,19	603,95	634,15	665,85
Útiles de Aseo	370,80	389,34	408,81	429,25	450,71
Depre. Equipo de Oficina	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Depreciación Muebles y Enseres	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00
Depreciación Equipo de Computo	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.782,72	23.886,46	25.045,38	26.262,25	27.539,96
<u>Gastos de Ventas</u>					
Publicidad	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Aceites y lubricantes	1.272,48	1.336,10	1.402,91	1.473,05	1.546,71
Matricula de vehículo	350,00	367,50	385,88	405,17	425,43

Depreciación de vehículo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4.342,48	4.459,60	4.582,58	4.711,71	4.847,30
Gastos Financieros					
Intereses sobre crédito	1.092,50	862,50	632,50	402,50	172,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.092,50	862,50	632,50	402,50	172,50
Otros Gastos					
Amortización del activo diferido	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Amortización del crédito	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	31.017,70	32.008,56	33.060,46	34.176,46	35.359,76
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	85.478,40	89.132,33	93.013,01	96.526,15	101.401,24

3.4.2. Presupuesto de Ingresos

Los precios se fijan en base a precios de la competencia.

Cuadro N° 67
Presupuesto de Ingresos

año	1	2	3	4	5
Costo Unitario	32,88	34,28	35,77	37,13	39,00
Unidades producidas	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00
Precio de venta	50,00	50,00	60,00	60,00	60,00
Ingresos	130.000,00	130.000,00	156.000,00	156.000,00	156.000,00

Este precio se mantendrá por 3 años y posteriormente se incrementa en 10 dólares durante los 2 últimos años de vida del proyecto.

3.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado.

Cuadro N° 68
Estado de pérdidas y ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	130.000,00	130.000,00	156.000,00	156.000,00	156.000,00
TOTAL DE INGRESOS	130.000,00	130.000,00	156.000,00	156.000,00	156.000,00
Costo de producción	54.460,70	57.123,77	59.952,54	62.349,69	66.041,48
Costo de operación	31.017,70	32.008,56	33.060,46	34.176,46	35.359,76
COSTO TOTAL	85.478,40	89.132,33	93.013,01	96.526,15	101.401,24
UTILIDAD BRUTA	44.521,60	40.867,67	62.986,99	59.473,85	54.598,76
15% utilidad trabajadores	6.678,24	6.130,15	9.448,05	8.921,08	8.189,81
UTILIDAD ANT.IMPTO	37.843,36	34.737,52	53.538,94	50.552,77	46.408,95
25% impuesto a la renta	9.460,84	8.684,38	13.384,74	12.638,19	11.602,24
UTILIDAD ANT.RESERVA	28.382,52	26.053,14	40.154,21	37.914,58	34.806,71
10% Reserva Legal	2.838,25	2.605,31	4.015,42	3.791,46	3.480,67
UTILIDAD LIQUIDA	25.544,27	23.447,83	36.138,79	34.123,12	31.326,04

3.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos.

En Función de las Ventas

$$PE = \frac{42.302,92}{1 - \left(\frac{43.175,48}{130.000}\right)}$$

$$PE = 63.339,02$$

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{42.302.92}{130.000 - 43.175.48} * 100$$

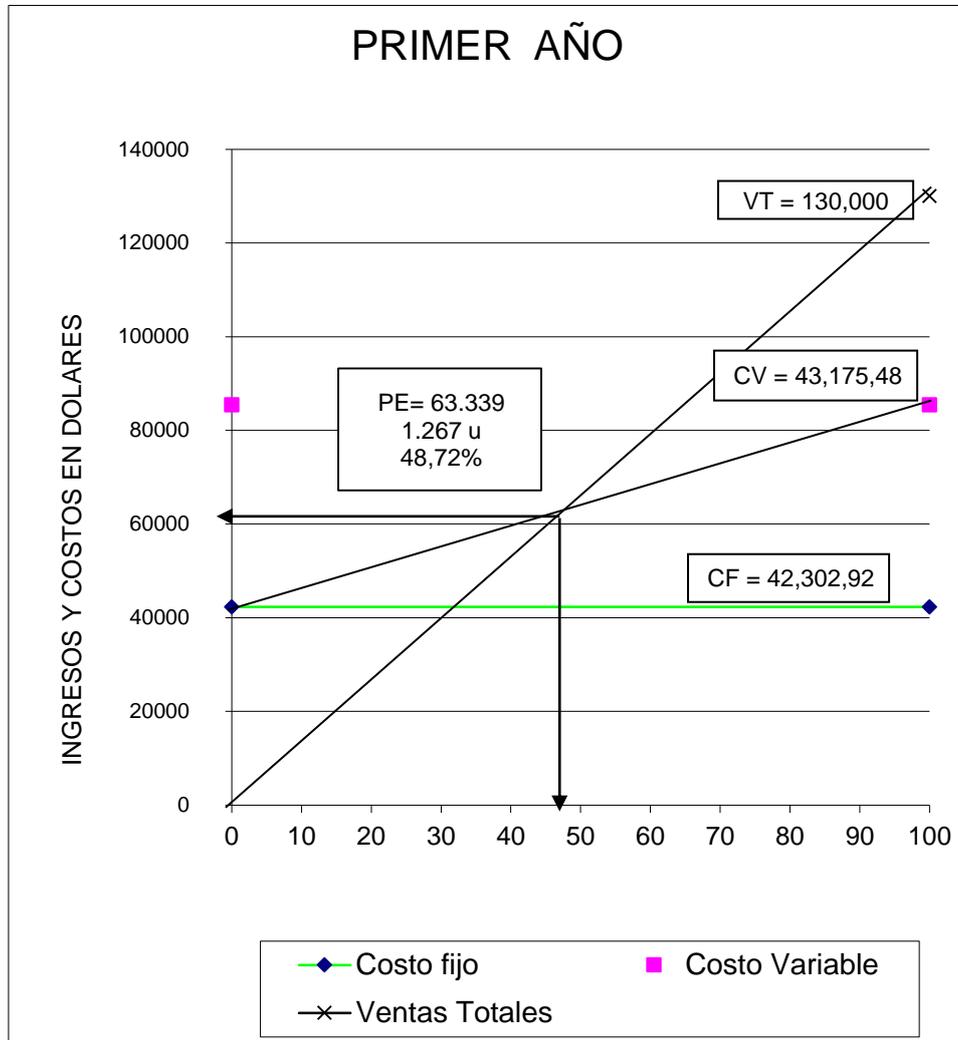
$$PE = 48.72\%$$

En Función de la Producción

$$PE = \frac{42.302.92}{50.00 - 16.61}$$

$$PE = 1.267 \text{ unidades.}$$

Grafico N° 36
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LOS INGRESOS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA



ANALISIS: Significa que la empresa trabaja con una capacidad instalada de **48,72%** con lo cual debe producir **1.267** casas, y con unos ingresos de **63.339** lo cual cubre las casas al año.

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1. FLUJO DE CAJA

La información básica para realizar este proyecto está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y organizacional.

Cuadro N° 68

Flujo de Caja

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	130.000,00	130.000,00	156.000,00	156.000,00	156.000,00
valor residual	0,00				4.036,50
TOTAL DE INGRESOS	130.000,00	130.000,00	156.000,00	156.000,00	160.036,50
EGRESOS					
Costo de producción.	54.460,70	57.123,77	59.952,54	62.349,69	66.041,48
Costo de operación	31.017,70	32.008,56	33.060,46	34.176,46	35.359,76
EGRESO TOTAL	85.478,40	89.132,33	93.013,01	96.526,15	101.401,24
UTILIDAD GRAVABLE	44.521,60	40.867,67	62.986,99	59.473,85	58.635,26
15% Trabajadores	6.678,24	6.130,15	9.448,05	8.921,08	8.795,29
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	37.843,36	34.737,52	53.538,94	50.552,77	49.839,97
25% Impto. a la renta	9.460,84	8.684,38	13.384,74	12.638,19	12.459,99
UTILIDAD NETA	28.382,52	26.053,14	40.154,21	37.914,58	37.379,98
Depreciaciones	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.453,00
FLUJO DE CAJA	31.835,52	29.506,14	43.607,21	41.367,58	40.832,98

4.2. VALOR ACTUAL NETO

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Cuadro N° 69.
Valor Actual Neto

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	FACTOR 14%	VALOR ACTUAL
1	31,835.52	0.87719	27,925.89
2	29,506.14	0.76947	22,704.02
3	43,607.21	0.67497	29,433.62
4	41,367.58	0.59208	24,492.93
5	40,832.98	0.51937	21,207.37
		Sumatoria	125,763.83
		Inversión	29,391.42

Para calcular el VAN utilizamos la siguiente fórmula:

$VAN = VAN \text{ de } 1 \text{ a } 5 - INVERSION$

$VAN = 125,763.83 - 29,391.42$

$VAN = 96,372.41$

4.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Cuadro N° 70.
Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		111.00%		112.00%	
0			-29,391.42		-29,391.42
1	31,835.52	0.473934	15,087.92	0.471698	15,016.75
2	29,506.14	0.224613	6,627.47	0.222499	6,565.09
3	43,607.21	0.106452	4,642.06	0.104952	4,576.68
4	41,367.58	0.050451	2,087.04	0.049506	2,047.94
5	40,832.98	0.023910	976.33	0.023352	953.52
			29.40		-231.43

Para calcular la TIR utilizamos la siguiente formula:

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

$$TIR = 111 + 1 \left(\frac{29.40}{29.40 + 231.43} \right)$$

$$TIR = 111.11\%$$

4.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

Cuadro N° 71.

Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	130,000.00	0.9091	118,181.82
2	130,000.00	0.8264	107,438.02
3	156,000.00	0.7513	117,205.11
4	156,000.00	0.6830	106,550.10
5	160,036.50	0.6209	99,370.08
			548,745.12

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	85,478.40	0.9091	77,707.64
2	89,132.33	0.8264	73,663.08
3	93,013.01	0.7513	69,882.05
4	96,526.15	0.6830	65,928.66
5	101,401.24	0.6209	62,962.19
			350,143.62

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}} \right) - 1$$

$$RBC = \left(\frac{548.745.12}{350.143.62} \right) - 1$$

$$RBC = 0.57$$

Significa que por cada dólar invertido se obtiene 57 centavos de utilidad.

4.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

Cuadro N° 72.
Periodo de recuperación de Capital

AÑOS	FLUJO NETO	SUMATORIA
	29,391.42	
1	31,835.52	31,835.52
2	29,506.14	
3	43,607.21	
4	41,367.58	
5	40,832.98	
		31,835.52

La fórmula para calcular el periodo de recuperación del capital es:

$$PRC = \text{Año supera inversion} + \left(\frac{\text{inversion} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujo neto año supera inversion}} \right)$$

$$PRC = 1 + \left(\frac{29.391.42 - 31.835.52}{31.835.52} \right)$$

$$PRC = 0.92$$

$$PRC = 0.92 * 12 = 11.08 = 11 \text{ meses.}$$

$$0.08 * 30 = 2.37 = 3 \text{ días.}$$

Significa que la inversión se recupera en 11 meses y 3 días.

4.6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

La finalidad 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.

Cuadro N° 73.
Sensibilidad con incremento de 35.20% en los costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 35.20%	INGRESO ORIGINAL
1	85,478.40	115,566.80	130,000.00
2	89,132.33	120,506.91	130,000.00
3	93,013.01	125,753.58	156,000.00
4	96,526.15	130,503.36	156,000.00
5	101,401.24	137,094.47	160,036.50

ACTUALIZACIÓN				
FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
	52.00%		53.00%	
		-29,391.42		-29,391.42
14,433.20	0.65789	9,495.53	0.65359	9,433.47
9,493.09	0.43283	4,108.85	0.42719	4,055.32
30,246.42	0.28475	8,612.78	0.27921	8,445.00
25,496.64	0.18734	4,776.49	0.18249	4,652.83
22,942.03	0.12325	2,827.57	0.11927	2,736.37
		429.80		-68.44

Nueva Tasa Interna de Retorno

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

$$NTIR = 52 + 1 \left(\frac{429.80}{429.80 + 68.44} \right)$$

$$NTIR = 52.86\%$$

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

$$Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir$$

$$Dif.Tir. = \mathbf{58.25\%}$$

Se calcula el porcentaje de variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif.TIR}{TIRdelPROYECTO} \right)$$

$$\% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) * 100$$

$$\% Var. = \mathbf{52.43\%}$$

Valor de Sensibilidad

$$S = (\%VAR / N.TIR)$$

$$Sensib. = \% Var. / Nueva Tir$$

$$Sensibilidad = 0.9918469$$

Cuadro N° 74.
Sensibilidad para disminución de 22.75% en ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL
			22.75%
1	85,478.40	130,000.00	100,425.00
2	89,132.33	130,000.00	100,425.00
3	93,013.01	156,000.00	120,510.00
4	96,526.15	156,000.00	120,510.00
5	101,401.24	160,036.50	123,628.20

ACTUALIZACIÓN				
FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
	52.00%		53.00%	
		-29,391.42		-29,391.42
14,946.60	0.6579	9,833.29	0.6536	9,769.02
11,292.67	0.4328	4,887.76	0.4272	4,824.07
27,496.99	0.2848	7,829.87	0.2792	7,677.34
23,983.85	0.1873	4,493.08	0.1825	4,376.76
22,226.96	0.1232	2,739.44	0.1193	2,651.08
		392.02		-93.14

Nueva Tasa Interna de Retorno

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

$$NTIR = 52 + 1 \left(\frac{392.02}{389.22 + \quad + \quad 93.14} \right)$$

$$NTIR = 52.81\%$$

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

$$Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir$$

Dif.Tir.= **58.30%**

Porcentaje de Variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif.TIR}{TIRdelPROYECTO} \right)$$

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **52.47%**

Valor de Sensibilidad

$$S. = \left(\frac{\% VAR}{NTIR} \right)$$

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0.9936649**

h. CONCLUSIONES

Con el trabajo realizado del proyecto, se pudo establecer las siguientes conclusiones.

- ❖ La empresa se constituirá legalmente como compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada "huellas HOUSE PET EURL.LTDA"
- ❖ La demanda insatisfecha del producto para el primer año es de **32.675** casas de mascotas.
- ❖ El total de la inversión para que se ponga en marcha la empresa es de \$ **24.391.42**.
- ❖ Se pedirá un crédito de \$ **10.000**, los mismos que se pedirá a la Cooperativa la JEEP con una tasa de interés del **14%** anual.
- ❖ El costo total de producción para el primer año de operación es de 85.478.40 y el costo unitario del producto es de 32.88 dólares sobre el cual se tomó un margen de utilidad del 56.25%, dándonos como precio de venta público 50.00 dólares, mismo que
- ❖ El punto de equilibrio para el primer año es de 63.339 dólares, con una producción de 1.267 unidades utilizando una capacidad de producción del 48.72%.
- ❖ En cuanto a la evaluación financiera, se calculó el Valor Actual Neto (VAN) que es de 96.372,41 lo que significa que el valor de la empresa se incrementa durante su vida útil.
- ❖ La Tasa de Interna de Retorno es de 111.11% valor superior a la tasa del descuento mínima atractiva.

- ❖ La relación beneficio costo de 0.57, la que indica que por cada dolor se obtiene una utilidad de 57 centavos.
- ❖ Un periodo de recuperación del capital de 11 meses.
- ❖ Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto, no afectan los cambios en los costos con un incremento del 35.20% y el los ingreso una disminución del 22.75% respectivamente.

i. RECOMENDACIONES

- ✓ Al momento de poner en marcha el presente proyecto será necesario considerar aspectos importantes como son: la tasa de interés, los incrementos salariales vigentes, para evitar posibles inconvenientes.
- ✓ Realizar campañas de publicidad sobre las casas para mascotas, para incentivar a los consumidores de la ciudad de Loja.
- ✓ Dado que el proyecto tiene la factibilidad requerida se recomienda ejecutar el mismo, ya que ello permitirá obtener buenos ingresos, así como también generar nuevas fuentes de trabajo en la ciudad de Loja.
- ✓ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual puede disminuir cualquier tipo de riesgo para la empresa.
- ✓ Realizar revisiones de los presupuestos de costos para poder efectuar los ajustes necesarios, de manera que se generen ingresos suficientes para cubrir los costos y obtener la utilidad necesaria para el proyecto.

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Alberto, A. (1999). *Cursos Basicos de la Administracion de empresas*, Mercadeo.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2006). *Evaluacion de proyectos*. Mexico MC GRAW Hill. pag.7.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*.
- Baxter, J. (2015). *Libro de Cafe* . Madrid : Susaeta S.A.
- Baxter, J. (2015). *Libro del Cafe*. Madrid : Susaeta S.A.
- Berghe Romero, E. v. (2010). *Gestion y Gerencia Empresariales/ Edgar van den Berghe. 2 edicion* . Bogota.
- Bernal, C. u. (2014). *Introducción a la administración de las organizaciones*. España: PEARSON.
- Bravo, M. U. (2006). *Contabilidad de Costos*.
- Briceño, M. (Barinas Febrero de 2015). *Manual Administrativo yOrganizacion*. Republica Boliviana, Venezuela.
- Carne Diana Delgado Velez, T. L. (Semtiembre de 2010). *Estudio de Factibilidad para la creacion de una empresa productora y comercializadora de harina de platano*. Ecuador, Santo Domingo.
- Carmen Dias Delgado Velez, T. L. (s.f.). *Proyecto de Factibilidad para la Creacion*.
- Cartier , E. (2010). *Categoria de Costos*. Rosario.
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de Inversion Formulacion y Evaluacion* . Mexico: PEARSON .
- Chiavenato, I. *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*.
- Cordoba, P. M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*.
- De Soto, H. (2011). *El Misterio del Capital*. Mexico: Diana.

- Elias, C. M. (2016). Formulación y Evaluación de Proyectos pag.27.
- García, F. G. (2006). Guía para la Elaboración de Proyectos.
- Gary, K. P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México : PEARSON .
- Gómez, C. (2010). *mercadotecnia*.
- Hargadon, B. (2006). Contabilidad de Costos.
- Heredia, B. (2011). *Guía Técnica para el cultivo del café*. Costa Rica : ICAFE.
- Huerta Ríos , E. (2012). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión de capital*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- IX, U. d. (2011-2012). Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión .
- Jose, M. J. (s.f.). GESTIÓN DE PROYECTOS. CUARTA EDICIÓN .
- Kotler, P. (2006). Dirección de Mercadotecnia. octava Edición.
- Kotler, P. y. (2013). Fundamentos de Marketing. *Decimaprimera edición* . México.
- Ley de Compañías . (2012). Buenos Aires Oe2-87: EL FORUM.
- López, O. A. (2015). *Dirección Estratégica de la Empresa*. Madrid: S.L. CIVITAS EDICIONES.
- Miranda, J. J. (2005). GESTIÓN DE PROYECTOS. CUARTA EDICIÓN .
- Moreno, A. (2011). *Sistemas de Producción de Café, Fundamentos sobre sistemas de producción*. Colombia: Cenicafé.
- Pasaca, M. M. (2004). Formulación y Evaluación de Inversión.
- SAPAGN, C. N. (2011). Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación.
- STANTON, E. y. (2002). Fundamentos de Marketing. México: novena Edición, Edit pag 42/ 57.
- Toral, R. d. (2013). Administración de la Producción y de las Operaciones. LOJA, ECUADOR.
- U.N.L. Administración de Empresas Modulo IX. (2011-2012). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja.

Urbina, G. B. (2010). sexta Edicion.

Urbina, G. B. (2013). *Evaluacion de proyectos* . Mexico : MC Graw Hill.

Urdaneta, O. (2010). *Elaboracion de Manuales y Requisitos*. Madrid: PEARSON .

Valencia, J. R. (2010). *Administracion de las Pequeñas y Medianas Empresas* . Mexico: CENGAGE Learning.

www.proecuador.gob.ec. (s.f.).

ZACCARELLI, S. B. (2006). *Programacion y Controlde la Produccion*,Sao Paulo Atlas.

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Estimado amigo(a) estamos realizando una encuesta con el propósito de recabar información sobre la investigación de un empresa dedicada a la producción y comercialización de casas de madera para mascotas en la ciudad de Loja. le agradecemos por la información que nos brindara, y responder a las siguientes preguntas.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES

DATOS GENERALES

PARROQUIAS DE RESIDENCIAS

VALLE ()

SUCRE ()

SAGRARIO ()

SAN SEBASTIAN ()

PUNZARA ()

CARIGAN ()

1.) ¿En su familia tienen mascotas?

SI ()

NO ()

2.) Si tienen mascotas, indique que tipo de mascota tiene?

Perro ()

Gato ()

Otros ()

3.) Cuantas mascotas tiene en su hogar

UNA ()

DOS ()

TRES ()

O MAS ()

4.) Cuenta con un lugar especifico para que duerma o descanse su mascota?

Si ()

No ()

5.) ¿Adquiere usted casas para mascotas

SI () NO ()

6.) Señale que tipo de material es la casa de su mascota?

Madera () Plástico () Hierro () Otros ()

7.) Está satisfecho con el producto

SI ()

NO ()

8.) Usted compraría casa de madera para su mascota

SI ()

NO ()

9.) Con que frecuencia adquiere usted la casa para su mascota?

Semestral ()

Anual ()

10.) Cuál es el precio que actualmente paga por la casa

De 0 a 10 dólares	
De 11 a 20 dólares	
De 21 a 30 dólares	

11.) Donde compraría la casa para su mascota

Tiendas de mascotas ()

Veterinarias ()

Almacenes ()

12.) **Si se implementara una empresa productora y comercializadora de casas de madera, para mascotas estaría dispuesto a comprar este nuevo producto.**

SI () NO ()

13.) **Que tamaño de casa usted cree que es adecuado para su mascota**

Pequeña()

Mediana ()

Grande ()

Otros ()

14.¿**Cuáles son los medios de comunicación que usted prefiere.**

Radio ()

Televisión ()

Hoja volantas ()

15.¿ **Si su respuesta fue radio, que emisora escucha'?**

Radio Boquerón ()

Radio Sociedad ()

Radio Loja ()

16. ¿Si su respuestas fue televisión. Que canal ve.?

UVT ()

CANAL ()

GRACIAS POR SU COLABORACION



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

Estimado amigo(a) estamos realizando una encuesta con el propósito de recabar información sobre la investigación de un empresa dedicada a la producción y comercialización de casas de madera para mascotas en la ciudad de Loja.

Nombre de la Empresa.....

Dirección.....

.

1. ¿En su negocio vende casas para macota?

.....

2. ¿Cuántas casas vende al mes en promedio?

.....

3. ¿Cuál es el precio al que vende usted cada casa?

.....

4. ¿De qué material son las casas que vende usted?

.....

5. ¿En donde las adquiere las casas?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

INDICE

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACION.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN LITERARIA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	45
f. RESULTADOS.....	51
g. DISCUSIÓN.....	71
h. CONCLUSIONES.....	148
i. RECOMENDACIONES.....	150
j. BIBLIOGRAFÍA.....	151
k. ANEXOS.....	154