



**CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA  
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CON VITAMINAS  
DE LONGEVIS Y OPTISTART PARA MASCOTAS UBICADO EN EL SECTOR  
NORTE PARROQUIA KENNEDY EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO AÑO 2018**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en Administración**

**Bancaria y Financiera**

**AUTOR: Mantilla Delgado Denis Fabián**

**TUTOR: Ing. German Morillo**

**Quito, 2018**

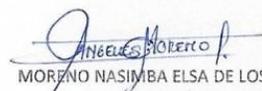
## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 20 de noviembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) MANTILLA DELGADO DENIS FABIAN, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CON VITAMINAS DE LONGEVIS Y OPTISTART PARA MASCOTAS , UBICADO EN EL SECTOR NORTE PARROQUIA KENNEDY EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



MORILLO RETNOSO GERMAN RAMIRO  
Tutor de Proyectos



MORENO NASIMBA ELSA DE LOS ANGELES  
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA  
SALAS JIMENEZ FRANCISCO  
Adm. Bancaria y Financiera  
Delegado Unidad de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
FEBRERO 2018  
BURGA JADAN MARIA FERNANDA  
Directora de Carrera  
Administración Bancaria y Financiera

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y personal, se han citado todas las fuentes correspondientes y que al momento de hacer uso de las mismas se respetaron todas las disposiciones legales que protegen a los autores. Las ideas, resultados y conclusiones que he llegado son absolutamente de mi responsabilidad.



---

**Denis Fabián Mantilla Delgado**

**C.C:1724476484**

### LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Mantilla Delgado Denis Fabián** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172447648-4** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CON VITAMINAS DE LONGEVIS Y OPTISTART PARA MASCOTAS UBICADO EN EL SECTOR NORTE PARROQUIA KENNEDY EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018.**” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



**FIRMA**  
**NOMBRE**  
**CEDULA**

Mantilla Delgado Denis Fabián  
1724476484-4

Quito, a los 20 de Noviembre del 2018

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CON VITAMINAS DE LONGEVIS Y OPTISTART PARA MASCOTAS UBICADO EN EL SECTOR NORTE PARROQUIA KENNEDY EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

## AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por haberme preparado estos 6 semestres como un caballero para la sociedad y haberme inculcado valores que van hacer parte de mi vida de hoy en adelante, a mi tutor el Ing. German Morillo por su tiempo y apoyo para ser mi guía en la elaboración del proyecto, a mis profesores que en el transcurso de este tiempo nos llenaron de todo sus conocimientos y se convirtieron en grandes amigos en el transcurso de estos años.

## DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a mi madre Rosa Delgado que ha estado en todo momento con su apoyo incondicional, el cual ha sido mi motivación y motor cada día para salir adelante, a mi hermana Gabriela Mantilla que con sus consejos ha sabido guiarme para superar todo los obstáculos y mis amigos que de una u otra manera me han sabido brindar su apoyo.

## INDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
ÍNDICE DE TABLA.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xx
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxi
ABSTRACT .....	xxii
CAPITULO I.....	1
1 Introducción .....	1
1.1 Justificación.....	2
1.2 Antecedentes .....	3
CAPITULO II .....	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.1 Análisis Externo .....	5
2.1.1 Factor económico.....	6
2.1.1.1 PIB .....	6

---

2.1.1.2 Inflación .....	7
2.1.1.3 Tasa de Interés.....	8
2.1.1.3.1 Tasa Activa.....	8
2.1.1.3.2 Tasa Pasiva.....	10
2.1.1.4 Riesgo País .....	11
2.1.1.5 Balanza Comercial .....	12
2.1.2 Factor Social.....	13
2.1.2.1 Pleno Empleo .....	13
2.1.2.2. Desempleo.....	14
2.1.2.2.1 Desempleo Ciudad de Quito .....	15
2.1.2.3. Subempleo.....	16
2.1.2.4. Salarios.....	17
2.1.3 Factor Legal .....	17
2.1.3.1 RUC .....	18
2.1.3.2 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	18
2.1.3.3 Patente Municipal .....	19
2.1.3.4 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito .....	20
2.1.4 Factor Tecnológico.....	20
2.2 Entorno Local.....	21

---

2.2.1 Clientes.....	21
2.2.2 Proveedor .....	21
2.2.3 Competidores .....	22
2.3 Análisis interno .....	22
2.3.1 Propuesta estratégica.....	23
2.3.1.1 Misión .....	23
2.3.1.2 Visión .....	23
2.3.1.3 Objetivos .....	23
2.3.1.3.1 Objetivo General .....	24
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	24
2.3.1.3.3 Principios o valores .....	24
2.3.2 Gestión Administrativa .....	25
2.3.2.1. Perfil de Cargo .....	26
2.3.3. Gestión Operativa.....	28
2.3.3.1 El presente proyecto consta con los siguientes pasos .....	28
2.3.4. Gestión Comercial.....	29
2.3.4.1. Estrategia de Mercado.....	29
2.3.4.2 Marketing Mix .....	29
2.3.4.2.1. Producto .....	29

---

2.3.4.2.2 Nombre Comercial .....	30
2.3.4.2.3 Logotipo .....	30
2.3.4.2.4 Slogan.....	31
2.3.4.2.5 Significado de los Colores .....	31
2.3.4.2.6. Estrategia de Precio.....	31
2.3.4.2.7 Estrategias de plaza o canal de distribución.....	32
2.3.4.2.8 Estrategias de Promoción.....	32
2.3.4.2.9 Publicidad.....	33
2.4 Análisis FODA.....	34
CAPITULO III .....	37
3. Estudio de Mercado.....	37
3.1 Análisis del Consumidor .....	37
3.1.1 Objetivos del estudio de mercado .....	37
3.1.2 Determinación de la población y muestra.....	38
3.1.3 Técnicas de obtención de información.....	39
3.1.3.1 La Encuesta .....	39
3.1.4.1 Datos Generales .....	42
3.2 Demanda .....	52
3.2.1 Demanda histórica.....	52

---

3.2.2 Demanda actual .....	52
3.2.3 Demanda proyectada .....	54
3.3 Oferta.....	54
3.3.1 Oferta histórica.....	55
3.3.2 Oferta actual .....	55
3.3.3 Oferta proyectada .....	55
3.4 Balance Oferta-Demanda .....	56
3.4.1 Balance proyectado .....	56
CAPITULO IV .....	58
4 Estudio Técnico.....	58
4.1 Tamaño del Proyecto.....	58
4.1.1 Capacidad Instalada .....	58
4.1.2 Capacidad optima.....	59
4.2 Localización .....	59
4.2.1 Macro Localización.....	59
4.2.2 Micro Localización .....	61
4.2.3 Localización optima.....	62
4.3 Ingeniería del Proyecto .....	63
4.3.1 Definición de Bienes y Servicios .....	64

4.3.2 Distribución de la Planta .....	64
4.3.2.1 Código de cercanía .....	65
4.3.2.2 Razones de cercanía .....	65
4.3.2.3 Distribución de la planta .....	66
4.3.3 Proceso productivo.....	69
4.3.3.1 Simbología de diagrama de flujo .....	69
4.3.4 Cuadros de activos .....	70
CAPITULO V .....	71
5. Estudio financiero .....	71
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales .....	71
5.1.1 Ingresos operacionales .....	71
5.1.2 Ingresos no operacionales .....	71
5.2 Costos directos e indirectos de fabricación.....	73
5.2.1 Costos directos de fabricación .....	73
5.2.2 Costos indirectos de fabricación .....	73
5.2.3 Costo de ventas .....	73
5.3 Gastos.....	74
5.3.1 Gastos Administrativos .....	74
5.3.2 Gasto de venta.....	77

---

5.3.3 Proyección de costos y gastos .....	77
5.3.4 Proyección de Gastos Administrativos .....	78
5.3.5 Proyección de Gastos de Ventas .....	78
5.3.6 Costos fijos y Variables .....	79
5.4 Inversiones .....	79
5.4.1 Inversión Fija .....	80
5.4.1.1 Activos fijos .....	80
5.4.1.2 Activos nominales diferidos.....	80
5.4.2 Capital de trabajo .....	80
5.4.3 Cuadro de inversiones .....	81
5.4.4 Amortización del diferido .....	82
5.4.5 Depreciaciones .....	82
5.4.6 Estado de Situación Inicial.....	82
5.4.7 Estado de Resultados Proyectado .....	83
5.4.8 Flujo de Caja Proyectado .....	84
5.5 Evaluación Financiera.....	86
5.5.1 Tasa de descuento .....	86
5.5.2 Valor Actual Neto (VAN).....	87
5.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	88

---

5.5.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	88
5.5.5 Relación Costo Beneficio (RC/B).....	90
5.5.6 Punto de Equilibrio .....	91
5.5.6.1 Punto de equilibrio en unidades .....	91
5.5.7 Análisis de Índices Financieros.....	94
5.5.7.1 Razones de Apalancamiento .....	94
5.5.7.2 Razón de Endeudamiento.....	95
5.5.8 Razones de Rentabilidad.....	95
5.5.8.1 Margen de Utilidad Neta.....	95
5.5.8.2 Rendimiento Sobre Activos (ROA) .....	96
5.5.8.3 Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital (ROE).....	97
5.5.8.4 Rendimiento Sobre la Inversión (ROI) .....	97
CAPITULO VI.....	99
6. Análisis de Impacto.....	99
6.1 Impacto Ambiental.....	99
6.2 Impacto Económico .....	99
6.3 Impacto Productivo .....	100
6.4 Impacto Social.....	100
CAPITULO VII .....	101

---

7. Conclusiones y Recomendaciones .....	101
7.1 Conclusiones .....	101
7.2 Recomendaciones.....	101
ANEXOS .....	104
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	102

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. PIB.....	6
Tabla 2. Inflación.....	7
Tabla 3. Tasa activa.....	9
Tabla 4. Tasa Pasiva.....	10
Tabla 5. Riesgo País.....	11
Tabla 6. Pleno Empleo.....	13
Tabla 7. Desempleo.....	14
Tabla 8. Desempleo Quito.....	15
Tabla 9. Subempleo.....	16
Tabla 10. Salario.....	17
Tabla 11. Clientes.....	21
Tabla 12. Proveedores.....	22
Tabla 13. Competidores.....	22
Tabla 14. Fortaleza.....	35
Tabla 15. Oportunidades.....	35
Tabla 16. Debilidades.....	36
Tabla 17. Amenazas.....	36
Tabla 18. Genero.....	42
Tabla 19. Pregunta 1.....	43
Tabla 20. Pregunta 2.....	44
Tabla 21. Pregunta 3.....	45

Tabla 22. Pregunta 4.....	46
Tabla 23. Pregunta 5.....	47
Tabla 24. Pregunta 6.....	48
Tabla 25. Pregunta 7.....	49
Tabla 26. Pregunta 8.....	50
Tabla 27. Pregunta 9.....	51
Tabla 28. Calculo de la demanda actual.....	53
Tabla 29. Resultados de la encuesta.....	53
Tabla 30. Calculo de la demanda actual.....	54
Tabla 31. Proyección de la demanda.....	54
Tabla 32. Oferta actual.....	55
Tabla 33. Proyección de la oferta.....	56
Tabla 34. Balance oferta – demanda.....	56
Tabla 35. Capacidad Instalada.....	58
Tabla 36. Capacidad optima.....	59
Tabla 37. Macro Localización.....	60
Tabla 38. Micro Localización.....	62
Tabla 39. Localización optima.....	63
Tabla 40. Código de cercanía.....	65
Tabla 41. Razones de cercanía.....	65
Tabla 42. Tabla de activos.....	70
Tabla 43. Ingresos operacionales.....	72
Tabla 44. Ingresos proyectados.....	73

Tabla 45. Costo de ventas.....	74
Tabla 46. Gastos Administrativos .....	75
Tabla 47. Materiales de aseo y limpieza .....	75
Tabla 48. Suministro de oficina.....	76
Tabla 49. Otros Gastos Administrativos .....	76
Tabla 50. Gasto de Venta .....	77
Tabla 51. Proyección de Gastos Administrativos.....	78
Tabla 52. Proyección gastos de venta.....	78
Tabla 53. Costos fijos y Variables.....	79
Tabla 54. Cuadro de inversiones .....	81
Tabla 55. Amortización del diferido .....	82
Tabla 56. Depreciaciones .....	82
Tabla 57. Estado de Situación Inicial .....	83
Tabla 58. Estado de Resultados Proyectado.....	84
Tabla 59. Flujo de Caja Proyectado .....	85
Tabla 60. Tasa de Descuento o TMAR .....	86
Tabla 61. Valor Actual Neto .....	87
Tabla 62. Tasa Interna de Retorno .....	88
Tabla 63. Periodo de Recuperación de la Inversión .....	89
Tabla 64. Periodo de Recuperación a Valores.....	89
Tabla 65. Relación Costo Beneficio.....	90
Tabla 66. Punto de Equilibrio.....	91
Tabla 67. Punto de Equilibrio.....	93

---

Tabla 68. Razón de Endeudamiento.....	95
Tabla 69. Margen de Utilidad Neta.....	96
Tabla 70. Rendimiento Sobre Activos.....	96
Tabla 71. Rendimiento Sobre el Patrimonio.....	97
Tabla 72. Rendimiento sobre la inversión.....	98

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. PIB .....	6
Figura 2. Balanza Comercial .....	12
Figura 3. Gestión Administrativa .....	25
Figura 4. Producto .....	29
Figura 5. Nombre Comercial .....	30
Figura 6. Logotipo .....	30
Figura 7. Slogan.....	31
Figura 8. Estrategia de Plaza .....	32
Figura 9. Redes Sociales.....	33
Figura 10. Publicidad Pop .....	34
Figura 11. Género .....	42
Figura 12. Pregunta 1 .....	43
Figura 13. Pregunta 2 .....	44
Figura 14. Pregunta 3 .....	45
Figura 15. Pregunta 4 .....	46
Figura 16. Pregunta 5 .....	47
Figura 17. Pregunta 6 .....	48
Figura 18. Pregunta 7 .....	49
Figura 19. Pregunta 8 .....	50
Figura 20. Pregunta 9 .....	51
Figura 21. Mapa País.....	60

---

Figura 22. Mapa provincia .....	61
Figura 23. Mapa Quito .....	61
Figura 24. Micro Localización .....	62
Figura 25. Distribución de la Planta .....	64
Figura 26. Matriz Triangular .....	66
Figura 27. Área Administrativa.....	66
Figura 28. Baño .....	67
Figura 29. Área de Caja.....	67
Figura 30. Área de Comercialización .....	68
Figura 31. Parqueadero.....	68
Figura 32. Simbología de diagrama de flujo .....	69
Figura 33. Punto de Equilibrio Comida Perro .....	92
Figura 34. Punto de Equilibrio Comida Gato .....	94

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Percha.....	104
Anexo 2. Modelo Encuesta.....	106
Anexo 3. Línea de producto Pro Plan a distribuir .....	107
Anexo 4. Línea de producto Pro Plan a distribuir .....	107
Anexo 5. Línea de producto a distribuir .....	108

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación fue realizado sobre el estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de productos alimenticios con vitaminas de longevis y optistart para mascotas, ubicado en la Parroquia Kennedy barrio Rumiñahui, las bajas fuentes de trabajo y el ingreso de personas extranjeras ha sido un índice alto en nuestro país, por tal motivo es ahí donde nace la idea de impulsar una comercializadora de alimento para mascotas, para poder desarrollar el comercio en el sector , en las familias y en el resto de locales que se encuentran en las zonas aledañas. Al ser una comercializadora de alimento para mascotas ayuda al sector a satisfacer las necesidades del comercio ya que en su mayoría las personas tienen mascotas y no cuentan con un local cerca donde adquirir los alimentos, se realizó encuestas a los pobladores los cuales nos arrojaron un índice positivo de aceptación del proyecto.

En el proceso de investigación de nuestros proveedores se obtuvo resultados favorables en cuanto a precios y calidad de los productos, teniendo grandes descuentos al realizar las compras directas, en el análisis financiero los resultados salieron positivos con la venta de nuestros productos teniendo como viable la implementación de la microempresa y recuperando la inversión en un plazo menor a 2 años.

---

## ABSTRACT

The present titration work was carried out on the feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the commercialization of food products with longevis vitamins and optistart for pets, located in the Rumiñahui Kennedy Parish, the low sources of work and income. of foreign people has been a high index in our country, for that reason it is there where the idea of promoting a pet food trader was born, to be able to develop the trade in the sector, in the families and in the rest of the premises that are they find in the surrounding areas. Being a pet food marketer helps the industry to meet the needs of the trade since most people have pets and do not have a place near where to buy food, surveys were conducted to the residents who gave us an index Positive acceptance of the project.

In the research process of our suppliers, favorable results were obtained in terms of prices and quality of the products, having great discounts when making direct purchases, in the financial analysis the results came out positive with the sale of our products having as viable the implementation of the microenterprise and recovering the investment in a period of less than 2 years.

## CAPITULO I

### 1 Introducción

Las mascotas son una parte esencial de la familia en especial perros y gatos por esta razón los miembros de las mismas se preocupan por el bienestar de sus compañeros y más si es en la adquisición de productos alimenticios la cual es indispensable para el correcto crecimiento y desarrollo de su organismo.

Los alimentos para las mascotas deben cumplir con muchos requerimientos para poder satisfacer a los diferentes tipos de razas con variadas formulaciones dependiendo del tamaño, raza, peso entre otros en donde también se toma en cuenta los diferentes nutrientes que lo componen como pueden ser el longevis y optistart que vienen acompañados de vitaminas y minerales para un buen rendimiento y calidad de vida de las mascotas.

Las vitaminas que contienen los alimentos cubren las necesidades de las mascotas y la satisfacción de sus de sus dueños por lo que éstas composiciones están científicamente comprobadas y revisadas en varios procesos lo cual son productos que van a mantener satisfecho a los consumidores.

Obtendremos resultados positivos relacionados a las vitaminas dadas a las mascotas para el correcto cuidado, las personas van a recurrir al alimento adecuado para sus compañeros de hogar, y fortalecerá el empleo en la sociedad.

## 1.1 Justificación

Actualmente en el país las mascotas están tomando un rol importante en las familias para una buena alimentación diaria a base de esto se va a implementar una microempresa dedicada a la comercialización de productos alimenticios con vitaminas de longevis y optistart.

Esta es una oportunidad para poder fortalecer el comercio en el país y poder crear nuevas fuentes de trabajo y también motivando a la adecuada alimentación de los perros y gatos de las familias los cuales son importantes cada día.

El objetivo del presente proyecto es incentivar a las personas que tienen mascotas como perros y gatos para que puedan adquirir el tipo de alimento adecuado para sus compañeros de hogar con vitaminas que van ayudar a su correcto crecimiento y desarrollo de su organismo.

La comida para perros y gatos cada día va adquiriendo nuevas fórmulas y nuevos complementos que se van descubriendo con el pasar del tiempo y van proporcionando optimas proteínas que promueven el crecimiento saludable en su cuerpo, las vitaminas de longevis y optistart son nutrientes adecuado para que puedan tener una vida en óptimas condiciones.

El alimento para las mascotas podrá ser entregado en los domicilios de las personas si ellos lo solicitan para hacer más confortable y fácil la adquisición de la comida de sus amigos de hogar, este es el valor agregado al proyecto por el motivo que no todas las tiendas de mascotas tienen esa facilidad con los clientes.

El presente trabajo de titulación está enfocado con el objetivo número cinco del Plan Nacional de Desarrollo que nos indica lo siguiente “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria”. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017)

## **1.2 Antecedentes**

En el año 1860, el primer alimento elaborado específicamente para perros fue creado por un electricista Americano, *James Spratt* quien que preparó el “pastel para perros” – elaborado con trigo, verduras y sangre de ternera. Otras empresas le siguieron y los alimentos para perros horneados con cereales entraron en el mercado de los alimentos para mascotas, que anteriormente estaba dominado por los carniceros. (Carretero, 2015)

En 1960, los fabricantes de alimentos afirmaban que sus productos ofrecían buena calidad porque utilizaban productos de desecho de cereales y carnes que no eran aptas para el consumo humano, lo cual no tiene mucha lógica. Aunque reconocían que la carne fresca y las verduras eran alimentos excelentes, los fabricantes de alimentos, argumentaban que los perros y gatos se podían alimentar de forma barata con productos de desecho de las fábricas y seguir estando sanos. Los operarios de los molinos continuaban teniendo un buen mercado para sus sub-productos de los cereales, mientras que que los mataderos encontraron un mercado para sus sub-productos de la carne que, de otro modo, serían inútiles y así todos contentos. Menos tú y tu perro claro. (Carretero, 2015)

El alimento para las mascotas domesticas desde la antigüedad frecuentemente se dio por las sobras de las personas esa era una forma para que los perros y gatos crezcan y se alimenten a base de ese tipo de alimentación.

Con el pasar del tiempo surgieron nuevas mezclar e investigaciones para poder crear nuevos alimentos para animales domésticos y así era investigado los diferentes tipos de composiciones para la obtención de productos nuevos a base de vitaminas energéticas que ayudaban al correcto desarrollo de las mascotas.

Los alimentos fueron evolucionados y se implementaron nuevas vitaminas y fórmulas como son el longevis y optistart para el adecuado desarrollo de las mascotas que tienen diferentes beneficios y se ha demostrado favorablemente las respuestas en el organismo de las mascotas.

El longevis es una vitamina para comida de gatos lo cual ayuda a llevar una vida más larga al felino mediante combinaciones únicas de nutrientes que están conformados por prebióticos y ácidos grasos para una vida más saludable, el optistart es la vitamina para la comida de los caninos este proporciona nutrientes para sus condiciones de vida y desarrolla sus organismos como son el cerebral y visual.

## CAPITULO II

### 2. Análisis Situacional

Este análisis nos muestra el medio en el cual se va a desarrollar la empresa ya sea en el entorno interno y entorno externo que son las causante de mostrarnos cómo se va desarrollar la empresa.

#### 2.1 Análisis Externo

El análisis externo, también conocido como análisis del entorno, evaluación externa o auditoría externa, consiste en la identificación y evaluación de acontecimientos, cambios y tendencias que suceden en el entorno de una empresa y que están más allá de su control. Realizar un análisis externo tiene como objetivo detectar oportunidades que podrían beneficiar a la empresa, y amenazas que podrían perjudicarla, y así formular estrategias que le permitan aprovechar las oportunidades, y estrategias que le permitan eludir las amenazas o, en todo caso, reducir sus efectos. (Arturo, 2014)

Este entorno nos va a beneficiar y a saber aprovechar las oportunidades que se presenten en el entorno externo y así poder tener un provecho de las mismas para después ir realizando estrategias ante amenazas futuras que puedan ser perjudiciales para la empresa tanto en su desarrollo como crecimiento en el mercado.

### 2.1.1 Factor económico

Los factores económicos en los ámbitos local, estatal o regional o internacional que afectan a empresas e industrias, como tasa de crecimiento económico, de desempleo, de tipo de inflación y de interés, déficit o superávit comercial en el cual es un ciclo comercial de algunos factores generales de una organización o empresa.

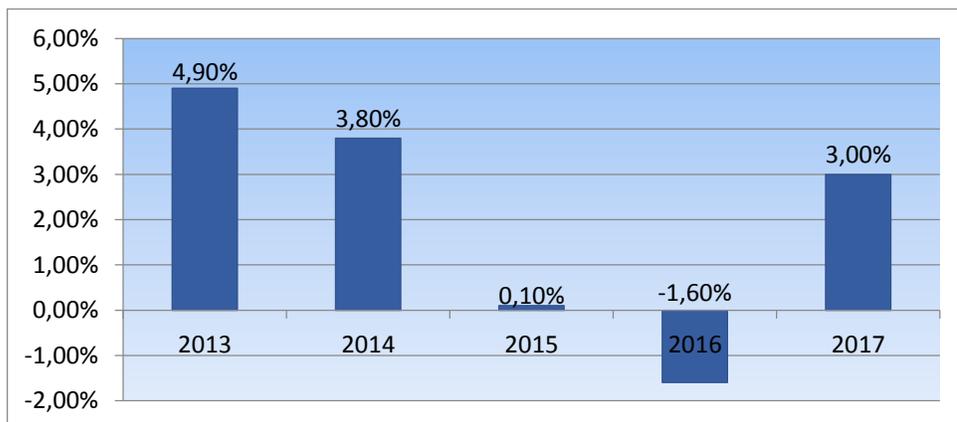
#### 2.1.1.1 PIB

Producto Interno Bruto conjunto de bienes y servicio producidos durante un determinado tiempo dentro de un territorio, específicamente un año este indicador nos muestra el estado en el que se encuentra un país.

**TABLA 1. PIB**

<b>Años</b>	<b>Porcentajes</b>
2013	4.9%
2014	3.8%
2015	0.1%
2016	-1.6%
2017	3.0%

*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Realizado por: Denis Mantilla*



**Figura 1. PIB**

*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

El PIB para el año 2017 obtuvo una subida favorable para el país, una subida significativa para la realización de las actividades económicas tanto en los bienes y servicios desarrollando objetivamente una mayor actividad en el país.

### 2.1.1.2 Inflación

La inflación se puede entender como el aumento de los precios de bienes y servicios de un país en un periodo determinado como es el año fiscal, se puede convertir en una inflación incontrolable si la economía de un país aumenta sus precios.

**Tabla 2.** Inflación

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Marzo-31-2018	0.06 %
Febrero-28-2018	0.15 %
Enero-31-2018	0.19 %
Diciembre-31-2017	0.18 %
Noviembre-30-2017	-0.27 %
Octubre-31-2017	-0.14 %
Septiembre-30-2017	-0.15 %
Agosto-31-2017	0.01 %
Julio-31-2017	-0.14 %
Junio-30-2017	-0.58 %
Mayo-31-2017	0.05 %
Abril-30-2017	0.43 %
Marzo-31-2017	0.14 %
Febrero-28-2017	0.20 %
Enero-31-2017	0.09 %
Diciembre-31-2016	0.16 %
Noviembre-30-2016	-0.15 %
Octubre-31-2016	-0.08 %
Septiembre-30-2016	0.15 %
Agosto-31-2016	-0.16 %
Julio-31-2016	-0.09 %
Junio-30-2016	0.36 %
Mayo-31-2016	0.03 %
Abril-30-2016	0.31 %

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Realizado por:* Denis Mantilla

## **Análisis**

Para el mes de Marzo la inflación obtuvo una disminución lo cual muestra que no hubo subida en los precios y servicios que se ofrecieron durante ese periodo.

### ***2.1.1.3 Tasa de Interés***

El interés es el monto o dinero que produce un capital económico en un plazo determinado, estos pueden ser a corto o largo plazo dependiendo de la necesidad y la capacidad que puede tener quien realice el crédito.

#### ***2.1.1.3.1 Tasa Activa***

Son tasas que cobran las entidades financieras al momento de otorgar un crédito ya sea a personas naturales o empresas, este porcentaje de tasas es establecido por el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 3.** Tasa activa

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Abril-30-2018	7.63 %
Marzo-31-2018	7.26 %
Febrero-28-2018	7.41 %
Enero-31-2018	7.72 %
Diciembre-31-2017	7.83 %
Noviembre-30-2017	7.79 %
Octubre-31-2017	7.86 %
Septiembre-30-2017	8.19 %
Agosto-31-2017	7.58 %
Julio-31-2017	8.15 %
Junio-30-2017	7.72 %
Mayo-31-2017	7.37 %
Abril-30-2017	8.13 %
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %
Octubre-31-2016	8.71 %
Septiembre-30-2016	8.78 %
Agosto-31-2016	8.21 %
Julio-31-2016	8.67 %
Junio-30-2016	8.66 %
Mayo-31-2016	8.89 %

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Realizado por:* Denis Mantilla

### **Análisis**

Como se puede observar hay variación en relación a las tasas, en el mes de Abril termina con un 7.63% quiere decir que el otorgamiento de crédito ha bajado el Banco Central debería de poner en consideración una reforma de tasas para que tanto empresas como personas tengan mayor facilidad al momento de poder adquirir un préstamo, adicional que las instituciones financieras pidan menos papeles para acceder a un crédito con mayor facilidad.

### 2.1.1.3.2 Tasa Pasiva

Esta tasa es la que paga las instituciones financieras por las inversiones realizadas tanto por personas como por empresas, adicional también se paga interés cuando tienen dinero ahorrado, estas son reguladas por el Banco Central.

**Tabla 4.** Tasa Pasiva

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Abril-30-2018	4.99 %
Marzo-31-2018	4.96 %
Febrero-28-2018	5.06 %
Enero-31-2018	4.98 %
Diciembre-31-2017	4.95 %
Noviembre-30-2017	4.91 %
Octubre-31-2017	4.80 %
Septiembre-30-2017	4.97 %
Agosto-31-2017	4.96 %
Julio-31-2017	4.84 %
Junio-30-2017	4.80 %
Mayo-31-2017	4.82 %
Abril-30-2017	4.81 %
Marzo-31-2017	4.89 %
Febrero-28-2017	5.07 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Noviembre-30-2016	5.51 %
Octubre-31-2016	5.75 %
Septiembre-30-2016	5.78 %
Agosto-31-2016	5.91 %
Julio-31-2016	6.01 %
Junio-30-2016	6.00 %
Mayo-31-2016	5.47 %

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Denis Mantilla

### Análisis

En el mes de Abril las tasas de interés pasiva tuvieron un incremento bastante llamativo para los inversionistas los cuales aprovecharon poniendo su dinero en instituciones

financieras, para obtener mayor rendimiento en sus inversiones y ahorros así generando más ingresos.

#### **2.1.1.4 Riesgo País**

El Riesgo País ayuda a medir el riesgo al momento de adquirir un préstamo, esto necesita de varios análisis económicos y técnicos para poder obtener créditos de países internacionales.

**Tabla 5.** Riesgo País

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Agosto-24-2018	687.00
Agosto-23-2018	683.00
Agosto-22-2018	690.00
Agosto-21-2018	712.00
Agosto-20-2018	721.00
Agosto-19-2018	706.00
Agosto-18-2018	706.00
Agosto-17-2018	706.00
Agosto-16-2018	699.00
Agosto-15-2018	714.00
Agosto-14-2018	703.00
Agosto-13-2018	720.00
Agosto-12-2018	687.00
Agosto-11-2018	687.00
Agosto-10-2018	687.00
Agosto-09-2018	656.00
Agosto-08-2018	648.00
Agosto-07-2018	635.00
Agosto-06-2018	627.00
Agosto-05-2018	623.00
Agosto-04-2018	623.00
Agosto-03-2018	623.00
Agosto-02-2018	625.00
Agosto-01-2018	622.00

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Denis Mantilla

## Análisis

El riesgo país en los últimos años ha tenido constantes variaciones, para el año 2018 aumentó el riesgo por lo cual obtuvo una gran influencia la baja de los barriles de petróleo perjudicando a nuestro territorio, se está considerando bajar las cifras para el año siguiente menorando los gastos públicos que son los que mayor índice mantienen.

### 2.1.1.5 Balanza Comercial

La Balanza Comercial muestra las importaciones y exportaciones de un país para poder equilibrar los ingresos y gastos, se debe tener en cuenta que las importaciones no pueden ser mayores que las exportaciones para evitar índices de riesgo.

	Ene - May 2015		Ene - May 2016		Ene - May 2017		Ene - May 2018		Variación 2018 - 2017	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	USD FOB	
									Absoluta	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>13,309.0</b>	<b>8,169.0</b>	<b>13,045.9</b>	<b>6,416.0</b>	<b>13,370.8</b>	<b>7,921.3</b>	<b>12,944.2</b>	<b>9,004.7</b>	<b>1,083.4</b>	<b>13.7%</b>
<i>Petroleras</i>	9,237.1	3,115.2	8,950.8	1,816.1	8,958.0	2,772.0	8,349.8	3,520.4	748.4	27.0%
<i>No petroleras</i>	4,071.8	5,053.9	4,095.1	4,599.9	4,412.8	5,149.3	4,594.4	5,484.2	335.0	6.5%
<b>Importaciones totales</b>	<b>6,588.8</b>	<b>9,285.3</b>	<b>5,362.3</b>	<b>6,011.6</b>	<b>6,507.3</b>	<b>7,133.2</b>	<b>7,064.0</b>	<b>8,807.7</b>	<b>1,674.4</b>	<b>23.5%</b>
<i>Bienes de consumo</i>	379.7	1,807.3	297.4	1,268.5	335.8	1,418.7	408.9	1,925.0	506.3	35.7%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	1.0	47.7	1.1	47.6	1.5	59.9	1.6	66.5	6.6	10.9%
<i>Materias primas</i>	3,139.8	3,057.9	2,677.4	2,204.9	3,587.4	2,733.4	3,824.0	3,009.7	276.3	10.1%
<i>Bienes de capital</i>	236.0	2,499.5	153.6	1,600.8	156.7	1,646.4	227.6	2,101.0	454.6	27.6%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	2,830.1	1,853.0	2,230.1	871.5	2,423.4	1,252.8	2,599.8	1,678.3	425.5	34.0%
<i>Diversos</i>	2.2	19.9	2.6	18.2	2.5	19.9	2.1	27.2	7.3	36.8%
<i>Ajustes (3)</i>		-		0.09		2.17		-		-100.0%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>-1,116.2</b>		<b>404.3</b>		<b>788.1</b>		<b>197.0</b>	<b>-591.1</b>	<b>-75.0%</b>
<b>Bal. Comercial - Petrolera</b>		<b>1,299.4</b>		<b>951.4</b>		<b>1,510.2</b>		<b>1,836.9</b>	<b>326.6</b>	<b>21.6%</b>
<i>Exportaciones petroleras</i>		3,115.2		1,816.1		2,772.0		3,520.4	748.4	27.0%
<i>Importaciones petroleras</i>		1,815.8		864.6		1,261.8		1,683.6	421.8	33.4%
<b>Bal. Comercial - No petrolera</b>		<b>-2,415.6</b>		<b>-547.1</b>		<b>-722.2</b>		<b>-1,639.9</b>	<b>-917.7</b>	<b>-127.1%</b>
<i>Exportaciones no petroleras</i>		5,053.9		4,599.9		5,149.3		5,484.2	335.0	6.5%
<i>Importaciones no petroleras</i>		7,469.5		5,147.0		5,871.4		7,124.1	1,252.7	21.3%

**Figura 2.** Balanza Comercial  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Denis Mantilla

## **Análisis**

La variación de la balanza comercial se debe por los constantes cambios en la subida y bajada de precios del petróleo como se puede observar en años pasados, las materias primas al momento de ofrecer productos y servicios que son importadas, se necesita de insumos que vienen de afuera ya que en el país no se tiene la suficiente materia, incluso el endeudamiento que se tiene con países como son China y EE.UU, la migración de poblaciones aledañas que provocan la salida de nuestro capital y traen problemas de liquidez, desempleo e incluso alza de impuestos.

### **2.1.2 Factor Social**

Las fuerzas sociales son actitudes, valores, factores culturales y los estilos de vida de la sociedad que tienen un impacto en los diferentes negocios las fuerzas sociales cambian por la localidad y el tiempo.

#### **2.1.2.1 Pleno Empleo**

El pleno empleo hace referencia a la población de un país que se encuentra activamente en el ámbito laboral y cuentan con un empleo estable.

**Tabla 6.** Pleno Empleo

Año	Porcentaje
2014	49.30%
2015	46.50%
2016	41.20%
2017	40.10%
2018	38,90%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Denis Mantilla

## Análisis

La caída es considerable en el año, esto se da por falta de inversión en el país, lo que provoca que las empresas cierren y los ingresos en el Ecuador sean menores, se debería tomar medidas de reinversión para poder activar nuevamente la economía en el territorio, cambiando políticas que sería un punto clave, este 2018 se redujo al 39,90% ya que las personas se encuentran dentro del empleo no pleno.

### 2.1.2.2. Desempleo

Hace referencia a la población de un país que no mantiene ingresos y no cuenta con un empleo formal.

**Tabla 7.** Desempleo

Año	Porcentaje
2014	3.80%
2015	4.77%
2016	5.26%
2017	4.40%
2018	4.10%

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Denis Mantilla

## Análisis

El desempleo cada año es más relevante en el país, las empresas optan por cerrar sus puertas por la crisis económica actual que no les brinda ni una motivación para poder

seguir con sus negocios, incluso empresas han optado por contratar personal extranjero ya que su mano de obra es más económica y eso provoca que se quite el empleo a los ecuatorianos, en 2018 se redujo en un 0.30% el desempleo por motivo que las personas optaron a realizar sus propias actividades económicas.

#### **2.1.2.2.1 Desempleo Ciudad de Quito**

La siguiente información fue revelada por el Banco Central del Ecuador en el periodo 2014-2018 mostrando índices de desempleo en la ciudad.

**Tabla 8.** Desempleo Quito

<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
2014	3,22%
2015	4,93%
2016	9,14%
2017	9,11%
2018	9,80%

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### **Análisis**

El desempleo en la capital no ha variado mucho los indicadores no han bajado su rango esto se da por cierres de empresas o reestructuraciones que está sufriendo nuestro territorio, pero la mayor influencia es la contratación de personal extranjero el cual con un salario menor al establecido en nuestro país aceptan los puestos de trabajo desplazando mano de

obra ecuatoriana, esto se debe reformar y garantizar empleo más seguros para los ecuatorianos.

### 2.1.2.3. Subempleo

Personas que se encuentran dentro del país, que mantiene trabajos independientes o informales.

**Tabla 9.** Subempleo

Año	Porcentaje
2014	11.60%
2015	12.90%
2016	14.01%
2017	20.50%
2018	19,4%

*Fuente:* Banco Central del Ecuador  
*Realizado por:* Denis Mantilla

### Análisis

El subempleo se ha convertido en una forma de poder ganarse la vida diariamente, con el ingreso de migrantes colombianos, venezolanos, cubanos esta actividad se está volviendo rutinaria para las personas que deben llevar un pan a su hogar esta actividad se la realiza con la venta de diferentes artículos que generen ingresos como pueden ser venta de productos de revistas, alimentos, nutrición entre otros.

#### 2.1.2.4. Salarios

El salario es el reconocimiento económico que percibe una persona al realizar una actividad de productos o servicios en determinado tiempo sus pagos pueden ser mensuales, quincenales o semanales.

**Tabla 10.** Salario

<b>Año</b>	<b>Valor</b>
2014	340
2015	354
2016	366
2017	375
2018	386

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Denis Mantilla

#### **Análisis**

Los salario han tenido un aumento en el transcurso de estos años los índices nos arrojan que en el año 2018 subió \$16 con relación al 2017, pero debemos de tener en cuenta que hasta la actualidad en su totalidad no llega ni a los \$100 durante este tiempo, esto debería ser analizado por el Gobierno y dar un incremento adicional.

#### 2.1.3 Factor Legal

Las fuerzas legales y políticas son las que regulan el comportamiento de las organizaciones que cada vez se ven afectadas en la actualidad para realizar una actividad económica, estas consecuencias afectan de manera significativa a administradores y empresas.

### 2.1.3.1 RUC

El Registro Única de Contribuyentes es el documento que permite a personas físicas o jurídicas para realizar una actividad económica formal, este documento permite llevar un control tributario de dicha actividad.

#### Requisitos

- Original y copia de cedula de identidad.
- Original y copia de papeleta de votación.

Información para verificación del lugar en donde se va a realizar la actividad económica.

- Original y copia de una planilla de servicio básico, hasta de tres meses anteriores de la fecha de registro.
- Pago de servicio por cable, telefonía celular o estados de cuenta, hasta tres meses anteriores de la fecha de registro.
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial año en curso o del año anterior.
- Copia del contrato de arrendamiento notariado y con el sello del juzgado vigente a la fecha de inscripción.

### 2.1.3.2 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

La LUAE es un documento que se adjunta con los permisos correspondientes que debe tener los locales comerciales al momento de iniciar una actividad económica

dentro del Distrito Metropolitano de Quito como puede ser patente, permiso del Cuerpo de Bomberos, dirección de Salud, Ministerio de turismo y Ministerio del Interior.

### **Requisitos para obtener el LUAE**

- Formulario de solicitud para obtener la Licencia Metropolitana Única para realizar la actividad económica.
- Copia del RUC o RISE
- Copia de cedula y papeleta de votación del titular o representante legal de la empresa.

#### ***2.1.3.3 Patente Municipal***

El registro de patente municipal es el documento obligatorio que debe tener un negocio en Quito para iniciar sus actividades económicas, su pago es una vez al año y debe ser realizado por personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, que tengas el establecimiento dentro del DMQ.

#### **Requisitos para la obtención de Patente Municipal**

- Copia de cedula y papeleta de votación actualizada
- Razón social representante legal
- Dirección donde va a ejercer la actividad económica
- Actividad principal con la que se inscribe la patente

#### ***2.1.3.4 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito***

El permiso de funcionamiento es emitido por el Cuerpo de Bomberos de Quito después de las verificaciones contra el sistema de prevención de incendios según el visto bueno realizado en las instalaciones donde se va a iniciar la actividad económica.

Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento

- Formulario firmado por el responsable de inspección
- Copia de certificado de visto bueno de los planos
- Copia de los planos sellados y aprobados
- Copia de patente municipal

#### ***2.1.4 Factor Tecnológico***

La aparición de innovaciones técnicas en el mercado, tanto de producto como de procesos, van a permitir a las compañías ser más o menos eficientes, de modo que los factores tecnológicos de una empresa se convierten en un gran diferenciador corporativo a

la hora de enfrentarse a la competencia. Tendrá mayores posibilidades de éxito una empresa que haya integrado un nuevo software que le permite agilizar el servicio de distribución (reduciendo costes y mejorando la satisfacción del cliente) que otra cuya tecnología se haya quedado obsoleta. (estrategica, 2016)

## 2.2 Entorno Local

Son las fuerzas que una empresa puede controlar mediante las cuales obtienen resultados positivos para la misma, entre ellas se puede encontrar a los proveedores de la empresa, clientes y competidores.

### 2.2.1 Clientes

Es la persona o empresa que a cambio de realizar un pago recibe algún bien o servicio por dichos conceptos, a un cliente se lo debe atender de la manera más cordial al momento de adquirir alguna orden, en el presente proyecto se va a tener clientes en general por motivo que todos adquieren alimento para perros y gatos.

**Tabla 11.** Clientes

<b>Cliente</b>	<b>Característica</b>
Genero	Hombres y Mujeres
Edad	De 18 años en adelante
Clase económica	Media, Media alta y Alta

*Fuente: Investigación Propia  
Realizado por: Denis Mantilla*

Este cuadro muestra los clientes potenciales para nuestra empresa para identificar qué tipo de personas pueden adquirir nuestro producto determinando su edad, ingreso, estatus económico y la frecuencia que tengan al momento de adquirir alimento para perros y gatos.

### 2.2.2 Proveedor

Persona o empresa que abastece de productos a otra empresa con un fin determinado la cual puede ser para el consumo final o comercialización.

**Tabla 12.** Proveedores

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Titán	Av. Teniente Hugo Ortiz y Balzar	(02) 299-6500
Maniamascotas	Elia Liut Oe3-135 y Av. Brasil	(02) 224-2365 0961301011

*Fuente: Investigación Propia  
Realizado por: Denis Mantilla*

Los proveedores son parte importante al momento de poner un negocio, se debe escoger la mejor opción para que pueda abastecer de los productos que se necesite a un precio cómodo.

### 2.2.3 Competidores

Los competidores son empresas que brindan bienes o servicios iguales o similares a los que una empresa comercializa, estos se pueden encontrar dentro o fuera de un sector determinado.

**Tabla 13.** Competidores

<b>Competencia</b>	<b>Producto</b>	<b>Dirección</b>
Tienda Procan	Alimento para mascotas	Real audiencia y Nazacota Puerto

*Fuente: Investigación Propia  
Realizado por: Denis Mantilla*

### 2.3 Análisis interno

El análisis interno de una empresa se basa en evaluar los recursos y habilidades de la

competencia para poder adoptar las herramientas necesarias y adquirir un nivel de

resultados óptimo, este análisis es la capacidad de la empresa para desarrollarse frente a otros competidores adaptándose a las dificultades que aparezcan en el mercado y aprovechar las oportunidades y fortalezas que se presenten.

### ***2.3.1 Propuesta estratégica***

El presente proyecto está enfocado a la comercialización de productos para mascotas como son perros y gatos que son parte fundamental de las familias en la actualidad, el proyecto busca la comodidad de los clientes ofreciendo la entrega de alimento de mascotas a domicilio, esta es una iniciativa que ayudara a crecer y ser reconocidos como empresa.

#### ***2.3.1.1 Misión***

Somos una microempresa dedicada a la comercialización de alimentos para mascotas, brindando una adecuada nutrición animal, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

#### ***2.3.1.2 Visión***

Ser una microempresa líder en la comercialización y distribución de productos alimenticios para mascotas, generando rentabilidad y estabilidad económica para lograr el crecimiento de la microempresa a nivel nacional en los próximos 5 años.

#### ***2.3.1.3 Objetivos***

Son los encargados que la misión y la visión de la empresa se vayan cumpliendo según lo establecido.

### ***2.3.1.3.1 Objetivo General***

Efectuar un estudio de factibilidad para la comercialización de productos alimenticios con vitaminas de longevis y optistart para mascotas ubicado en el sector norte parroquia Kennedy.

### ***2.3.1.3.2 Objetivos Específicos***

- ✓ Determinar la demanda insatisfecha del proyecto y así poder conocer a los posibles consumidores con respecto a la implementación de la microempresa.
- ✓ Contribuir para que exista una sociedad más cumplida y responsable con respecto al cuidado y alimentación de mascotas.
- ✓ Posicionamiento en el mercado con respecto a la comercialización y distribución de alimentos para mascotas
- ✓ Garantizar nuestro producto.

### ***2.3.1.3.3 Principios o valores***

Son conjunto de normas, valores y creencias que orientan y regulan la vida de la organización el cual son el soporte de la misión, visión y objetivos.

#### ***Honestidad***

Una persona que se sienta bien consigo misma, con las demás y con la microempresa, no solo en lo económico también con el tiempo y recursos de la empresa.

#### ***Limpieza***

La limpieza de las instalaciones donde se encuentra el producto y donde las personas laboran para dar una buena imagen tanto al personal como al público.

### ***Responsabilidad***

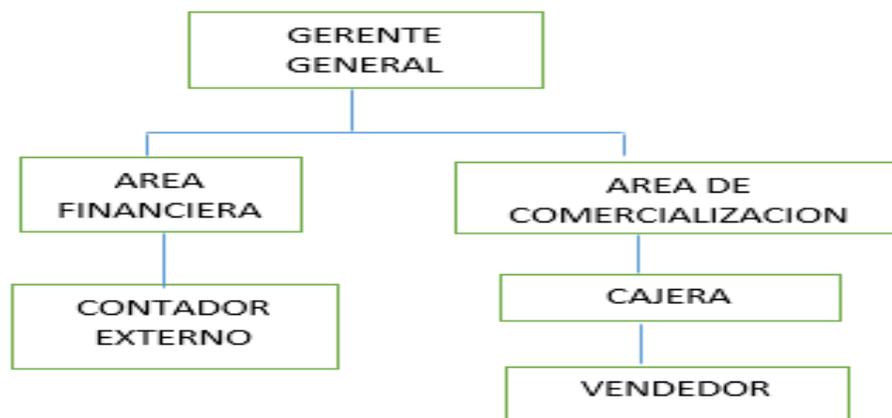
Con uno mismo, con los clientes y con la microempresa en las tareas encomendadas.

### ***Puntualidad***

Puntualidad en el trabajo y con las tareas encomendadas con los clientes y con la microempresa.

### ***2.3.2 Gestión Administrativa***

Procesos empresariales que brindan un soporte administrativo en la empresa ya que de ella dependerá el éxito de la misma mediante diferente áreas funcionales, estos mecanismos son diseñados con el fin de cumplir los objetivos establecidos que se debe tener claro para poder llegar a los resultados deseados.



**Figura 3.** Gestión Administrativa

**Fuente:** Investigación Propia

**Realizado por:** Denis Mantilla

### ***2.3.2.1. Perfil de Cargo***

En el perfil del cargo se va a determinar las cualidades y habilidades que deben tener las personas que vayan a formar parte de la empresa.

#### ***Gerente General***

Persona que va a estar como representante de la microempresa para la toma de decisiones y en el establecer políticas de la misma.

Formación académica: Ing. Administración de Empresas

Experiencia laboral: 2 años o más en puestos similares

Aptitudes: Proactivo, trabajo en equipo.

Conocimientos: Leyes laborales, tributarias y ordenanzas municipales.

Funciones: Supervisar, negociaciones con proveedores, a poyo a las compras y ventas que se realicen.

#### ***Contador Externo***

Persona autorizada por los entes reguladores para llevar la contabilidad de la empresa.

Formación académica: Contador Público Autorizado

Experiencia laboral: 2 años en puestos similares

Aptitudes: Analítico, organizado, responsable, criterio y capacidad para toma de decisiones.

Conocimientos: Contabilidad, leyes, sistemas operativos.

Funciones: Revisión de actividades del giro de negocios, agenda de actividades que se va a realizar.

### ***Cajera Poli funcional***

Persona encargada de realizar los cobros al momento que los clientes adquieran el producto.

Formación académica: Bachiller

Experiencia laboral: 2 años en puestos similares

Aptitudes: Proactivo, responsable.

Conocimientos: Tributación, leyes laborales vigentes.

Funciones: Cobro de los productos que adquieran los clientes, abastecer las perchas del alimento de mascota y las diferentes actividades relacionadas con comercialización.

### ***Vendedor Poli funcional***

Persona encargada para la venta del producto y asesoramiento del cliente al momento de adquirir el alimento para las mascotas.

Formación: Bachiller

Experiencia laboral: 2 años en puestos similares

Aptitudes: Proactivo, responsable, puntual.

Conocimientos: Alimentos para mascotas

Funciones: atención al cliente, abastecimiento en las perchas de alimentos, ofrecer el producto a tiendas cercanas, entregar a domicilio los alimentos de las mascotas.

### ***2.3.3. Gestión Operativa***

La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos. (Excelencia, 2015)

#### ***2.3.3.1 El presente proyecto consta con los siguientes pasos***

Determinar los productos necesarios que se vayan a ofrecer a los clientes para la alimentación de sus mascotas.

- ✓ Actividad 1. Gerente realiza cotización vía email o documentación física a los proveedores.
  
- ✓ Actividad 2. Se escoge la mejor opción después de la recepción de cotizaciones
  
- ✓ Actividad 3. Gerente aprueba la compra
  
- ✓ Actividad 4. Los proveedores despachan el producto, el cual es receptado en la instalación y/o nos acercamos a sus instalaciones a retirar el producto.
  
- ✓ Actividad 5. Se coloca el producto para la venta en las perchas.

### **2.3.4. Gestión Comercial**

Es la actividad encargada para la promoción de los productos de una empresa, dentro del presente proyecto la gestión comercial es de vital importancia para la comercialización del producto al cliente.

#### **2.3.4.1. Estrategia de Mercado**

Competir dentro del mercado con productos innovadores que ayuden al cumplimiento de los objetivos planteados por la microempresa.

#### **2.3.4.2 Marketing Mix**

Es el análisis estratégico de un producto con variables controlables en las cuales intervienen o se consideran 4 actividades que son producto, precio, plaza y promoción.

##### **2.3.4.2.1. Producto**

Se ofrecerá alimento para mascotas con vitaminas de longevis y optistart que ayuden al correcto crecimiento y desarrollo del organismo de los perros y gatos, con nutrientes que ayuden a alcanzar su máximo potencial.



**Figura 4.** Producto

*Fuente:* Purina Pro Plan

*Elaborado por:* Denis Mantilla

#### 2.3.4.2.2 Nombre Comercial

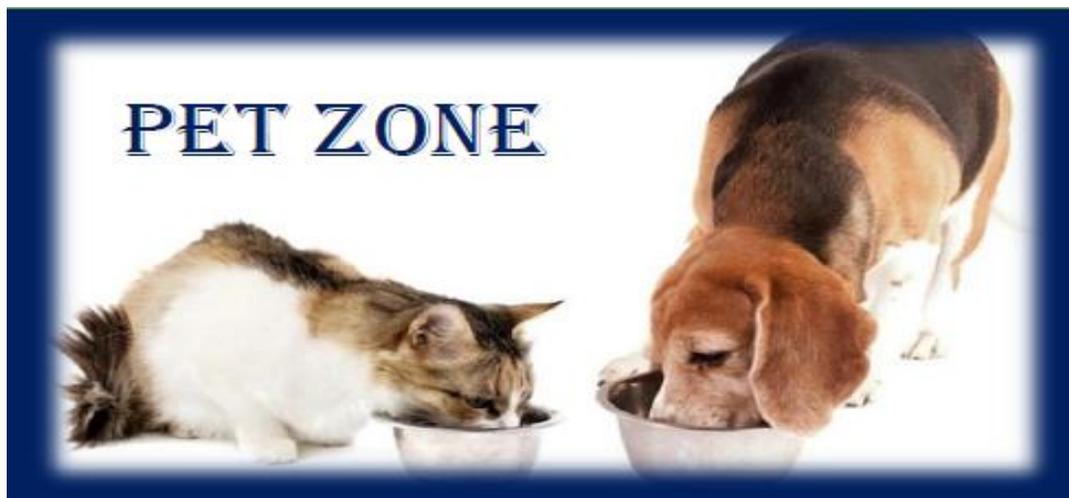
El nombre que se ha escogido para la microempresa es:



**Figura 5.** Nombre Comercial  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 2.3.4.2.3 Logotipo

El eslogan fue escogido con el fin de llamar la atención de las personas ya que el va relacionado con el producto que se va a ofrecer.



**Figura 6.** Logotipo  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 2.3.4.2.4 Slogan

El slogan que se escogió para el proyecto es:

**"EL MEJOR ALIMENTO PARA TU MASCOTA"**

**Figura 7.** Slogan

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 2.3.4.2.5 Significado de los Colores

- ✓ **Azul:** Representa tranquilidad y relajación el cual nos permite tener creatividad e ideas claras, este color atrae a las personas con alta madures y amplia creatividad el cual es muy llamativo.
- ✓ **Blanco:** Representa a la pureza, paz y confort que pueda tener una persona, este color nos muestra una pureza muy inocente que puede llamar la atención en cualquier momento, incluso representa el alma inocente de las mascotas.

#### 2.3.4.2.6. Estrategia de Precio

El precio es la principal competencia en el mercado, esta referencia se va a tomar de las empresas cercanas menorando un porcentaje para poder tener una ventaja ante ellos y así ser más competitivos, se debe de tener en cuenta que este factor influye para poder obtener una ganancia.

- ✓ **Forma de pago**

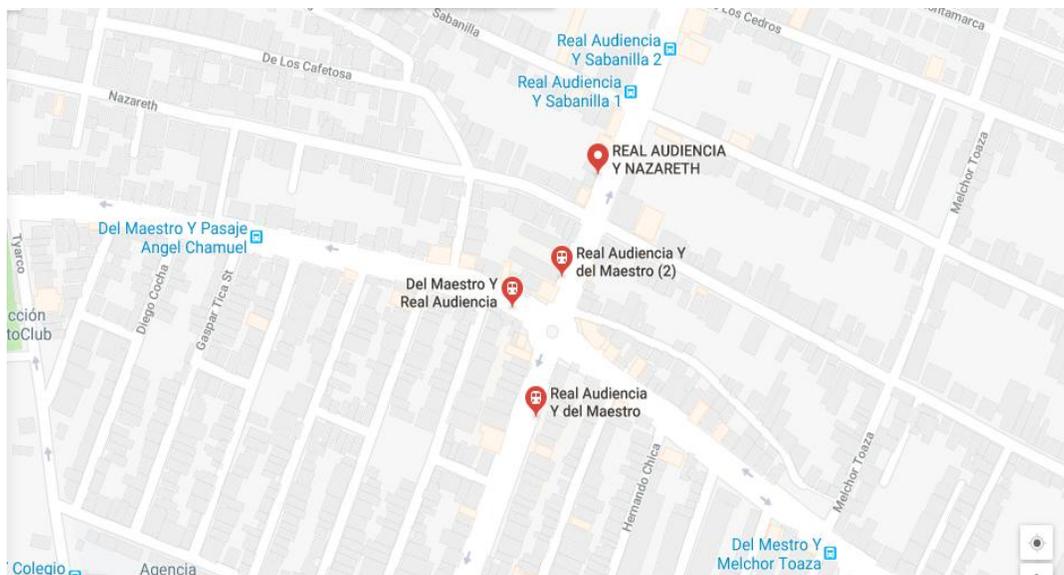
El pago se realizara de contado al momento de adquirir el producto.

### 2.3.4.2.7 Estrategias de plaza o canal de distribución

Esta se refiere a como se va a comercializar el producto para que pueda llegar al consumidor, el canal para la distribución será directa y accesible para los clientes, esta localización es en la Ciudad de Quito, parroquia Kennedy barrio Rumiñahui en la Av. Real Audiencia y Del Maestro.

#### ✓ Canal directo

Este canal va ser fundamental para que el consumidor adquiera el producto sin necesidad de intermediario, así se tiene una ventaja de reducción de costos.



**Figura 8.** Estrategia de Plaza  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Realizado por:** Denis Mantilla

### 2.3.4.2.8 Estrategias de Promoción

Las promociones son un pilar fundamental para el crecimiento de la empresa y así ir obteniendo posicionamiento en el mercado.

- ✓ Se entregaran premios cuando el cliente adquiriera una gran cantidad de alimento para su mascota.
- ✓ Se entregara incentivos a clientes frecuentes, con logotipos de la microempresa, como llaveros, esferos, collares.

#### 2.3.4.2.9 Publicidad

La publicidad es una forma de reconocimiento de la microempresa en el mercado, así podemos ir ganado una gran publicidad masiva.

- ✓ **Volantes:** Los volantes serán repartidos en el sector de la parroquia Rumiñahui para que las personas de sus alrededores tengan conocimiento de la existencia de nuestra microempresa.
- ✓ **Redes sociales:** Facebook es un medio de comunicación muy eficiente para que la empresa sea reconocida, mostrando al público en general la variedad de productos que se ofrecen.



**Figura 9.** Redes Sociales  
*Realizado por: Denis Mantilla*

- ✓ **Publicidad Pop:** Son materiales publicitarios que van a dar a conocer los productos que ofertamos el cual llevaran el logo de la empresa como son, llaveros, esferos, pelotas, collares.



**Figura 10.** Publicidad Pop  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

## 2.4 Análisis FODA

El análisis **DAFO** de una empresa permite diseñar la estrategia en la que se basará la compañía para afrontar su futuro a corto, medio y largo plazo. Se trata de un mapa a través del que se establecen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la organización. Un análisis interno y externo del entorno en el que se desarrolla la actividad para mejorar su rentabilidad, funcionamiento y posicionamiento en el mercado. (Martin, 2018)

**Tabla 14.** Fortaleza

<b>Descripción</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Misión	X		
Visión	X		
Políticas		X	
Objetivo Corporativo	X		
Gestión Administrativa	X		
Gestión Operativa		X	
Gestión Comercial		X	

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 15.** Oportunidades

<b>Descripción</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Tasa de interés		X	
PIB	X		
Factor social		X	
Factor tecnológico		X	
Factor legal		X	
Clientes	X		
Proveedores		X	
Competencia	X		

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 16.** Debilidades

<b>Descripción</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Principios		X	
Valores		X	
Variedad de productos	X		
Espacios físicos	X		

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 17.** Amenazas

<b>Descripción</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Competencia	X		
Incremento de impuestos		X	
Tasas de interés		X	
Riego país inflación		X	

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

## **Análisis**

El FODA nos muestra que la microempresa debe mantenerse en un ritmo muy cauteloso para que los factores externos no influyan en la misma, pero debemos de tener en cuenta que cuando se den las oportunidad tenemos que sacar el máximo provecho de las mismas mejorar el rendimiento y crecimiento de la microempresa.

## CAPITULO III

### 3. Estudio de Mercado

El principal objetivo de este estudio es el estudio de factibilidad, para poder saber la población del sector donde va a estar ubicada nuestra microempresa y así proceder a implementarla.

#### 3.1 Análisis del Consumidor

Los consumidores son los clientes a los que está enfocado el proyecto, consiste en analizar las necesidades al momento de adquirir un producto, este nos permite conocer si están de acuerdo con el proyecto el cual nos brindaran la información necesaria.

##### 3.1.1 *Objetivos del estudio de mercado*

El estudio de mercado tiene como finalidad el poder determinar la oferta y la demanda de un sector para saber las necesidades de la población con el cual podemos planear nuestro posicionamiento en el mercado y ver las estrategias necesarias que se puedan utilizar.

- ✓ Determinar las necesidades insatisfechas en el sector
- ✓ La aceptación que tenga nuestro producto

- ✓ Saber cómo adquieren el producto al momento de comprarlo
- ✓ Conocer las expectativas del cliente referente al producto
- ✓ Identificar con qué frecuencia consumen el producto

### ***3.1.2 Determinación de la población y muestra***

- ✓ **Población:** Se refiere a un grupo de personas que viven en un sector o área determinada, en el cual se puede determinar el número que lo habitan mediante censos.
- ✓ **Muestra:** Es un subconjunto de la población en el cual se llevara a cabo una investigación, la muestra no es más que una parte de la población.

### ***Fórmula para determinar la muestra***

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot z^2}{(N - 1)E^2 + P \cdot Q \cdot z^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= población o universo

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Población de fracaso (50%)

E<sup>2</sup> = Margen de error (5%)<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup> = Nivel de confianza (1,96%)

### *Desarrollo de la muestra*

N=70041

E = 0.05%

P =0.50%

Q= 0.05%

Z=1.96%

$$n = \frac{70041 * 0,5 * 0,5(1,96)^2}{(70041 - 1)(0,05)^2 + 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}$$

**n=382**

### *3.1.3 Técnicas de obtención de información*

Para la obtención de información del presente estudio de factibilidad se realizó encuestas, las cuales se establecieron parámetros como:

- ✓ Si adquiere alimento para mascotas
- ✓ Frecuencia con la que adquiere alimento para su mascota
- ✓ Tipo de alimento que adquiere para sus mascotas

#### *3.1.3.1 La Encuesta*

La encuesta es una serie de preguntas que se le realiza a diferentes personas en un determinado sector para reunir datos y detectar las diferentes opiniones sobre varios temas, lo cual se recoge la información necesaria y se realiza evaluaciones estadísticas.

---

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA****CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

Buenos días/tardes mi nombre es Denis Mantilla estudiante del Instituto Cordillera de la carrera de Administración, estoy realizando unas encuestas, por lo cual considero que su opinión es importante para mi tema de investigación.

**Objetivo**

La presente encuesta está dirigida a hombres y mujeres del sector Rumiñahui norte de Quito con la finalidad de conocer la aceptación que va a tener la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de alimentos para mascotas con vitaminas de longevis y optistart.

**DATOS**

Genero

Masculino Femenino 

## 1. Rango de edad

De 12 a 18 años De 31 a 65 años De 19 a 30 años De 65 años en adelante 

2. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de alimentos para mascotas con vitaminas de longevis y optistart?

SI NO

3. ¿Conoce usted sobre las vitaminas que tienen los alimentos para las mascotas?

SI  NO

4. ¿Con que frecuencia compra alimento para mascotas?

Diario  Quincenal   
Semanal  Mensual

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un kilo de alimento para mascota con vitaminas de longevis y optistart?

\$2.00-\$3.00  \$6.00-\$7.00   
\$4.00-\$5.00  \$7.00 en adelante

6. ¿Está usted de acuerdo con los precios y productos que ofrece la competencia?

SI  NO

7. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Supermercados  Mercado   
Tiendas  Otros

8. ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

Precio  Tamaño   
Presentación  Todas

9. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de la empresa y sus productos?

Redes sociales  Prensa   
Publicidad  Otros

**Muchas gracias por su colaboración**

### 3.1.4 Análisis del resultado de la encuesta

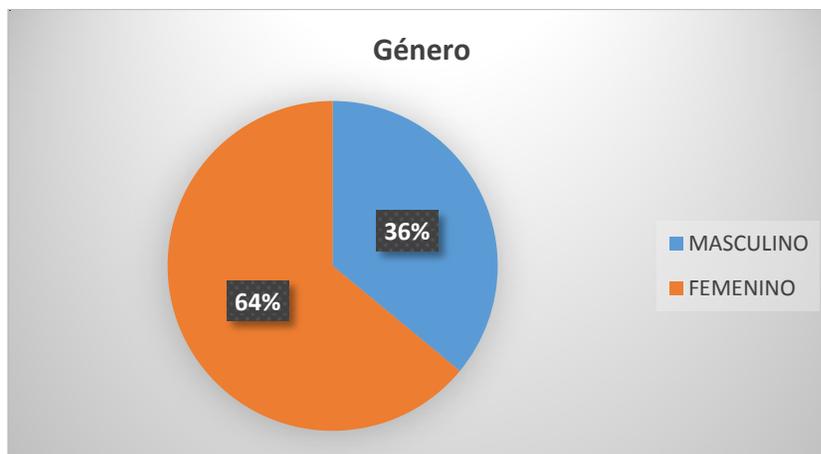
#### 3.1.4.1 Datos Generales

##### .-Genero

**Tabla 18.** Genero

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	139	36%
Mujer	243	64%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia*  
*Realizado por: Denis Mantilla*



**Figura 11.** Género

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### Análisis

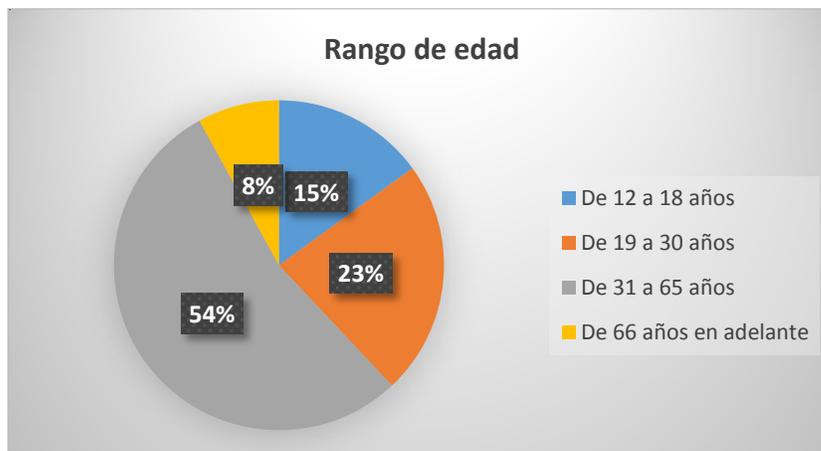
Se puede analizar en los datos obtenidos que el 36% de los encuestados corresponden al género masculino y un 64% corresponden al género femenino.

## 1.-Rango de edad

**Tabla 19.** Pregunta 1

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 12 a 18 años	56	15%
De 19 a 30 años	86	23%
De 31 a 65 años	207	54%
De 66 años en adelante	33	8%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 12.** Pregunta 1  
*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

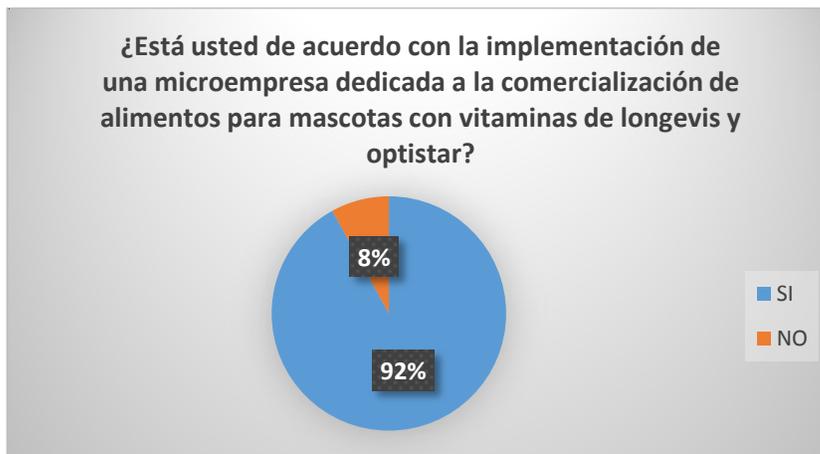
Se puede analizar de los datos obtenidos de la primera pregunta que el 54% de los encuestados corresponde a personas adultas, en segundo lugar por los adolescentes y adultos con un 23%, en tercer y cuarto lugar están las personas adultas y de tercera edad, por lo tanto podemos concluir que nuestro mercado potencial será las personas adultas y de tercera edad.

**2.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de alimentos para mascotas con vitaminas de longevis y optistart?**

**Tabla 20.** Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje
Si	351	92%
No	31	8%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 13.** Pregunta 2

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis mantilla*

### Análisis

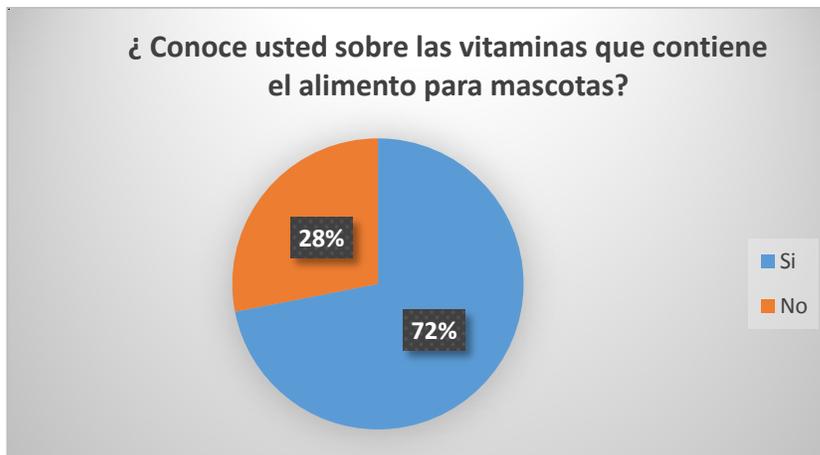
Se puede analizar de los datos obtenidos en la segunda pregunta que un 92% de los encuestados están de acuerdo con la implementación y un 8% no está de acuerdo lo cual es un porcentaje bajo con relación a mi propuesta.

### 3.- ¿ Conoce usted sobre las vitaminas que contiene el alimento para mascotas’

**Tabla 21.** Pregunta 3

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	284	74%
No	98	26%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación Propia  
Realizado por: Denis Mantilla*



**Figura 14.** Pregunta 3

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

Se puede analizar de los datos obtenidos que el 72% de los encuestados se han preocupado de saber que contiene el alimento de sus mascotas, mientras que un 28% desconoce el contenido de ingredientes que contiene el alimento.

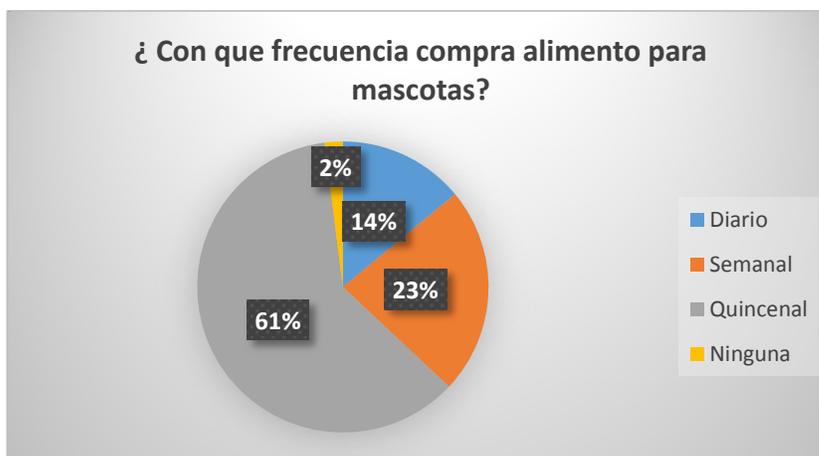
#### 4.- ¿Con que frecuencia compra alimentos para mascotas?

**Tabla 22.** Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje
Diario	55	14%
Semanal	87	23%
Quincena	233	61%
Ninguna	7	2%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 15.** Pregunta 4

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### Análisis

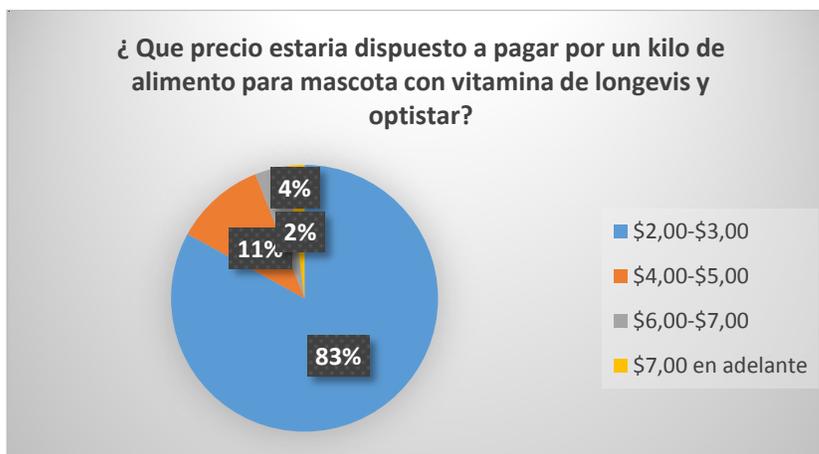
Se puede analizar de los datos obtenidos que un 61% de nuestros encuestados adquieren alimento para sus mascotas quincenalmente, seguido de un 23% que adquiere el alimento semanalmente. A diferencia de un 14% que lo hace semanal y un 2% que no tiene necesidad de adquirir los productos.

### 5.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un kilo de alimento para mascota con vitamina de longevis y optistart?

**Tabla 23.** Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje
\$2,00-\$3,00	318	83%
\$4,00-\$5,00	43	11%
\$6,00-\$7,00	16	4%
\$7,00 en adelante	5	2%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 16.** Pregunta 5  
*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

Se puede apreciar que los potenciales clientes, en su mayoría con un 83% estarían dispuestos a pagar entre \$2.00 y \$3.00, seguido de un 11% que pagaría entre \$4.00 y \$5.00, el 4% entre \$6.00 y \$7.00 y por ultimo con un 2% cancelaria de \$7.00 en adelante por la calidad de nuestros productos.

**6.- ¿Está usted de acuerdo con los precios y productos que ofrece la competencia?**

**Tabla 24.** Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje
Si	318	83%
No	64	17%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 17.** Pregunta 6  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Análisis**

Se puede apreciar que con un 83% nuestros encuestados están de acuerdo con los precios de la competencia mientras que con un 17% no está de acuerdo lo que me permite analizar ese grupo potencial de clientes.

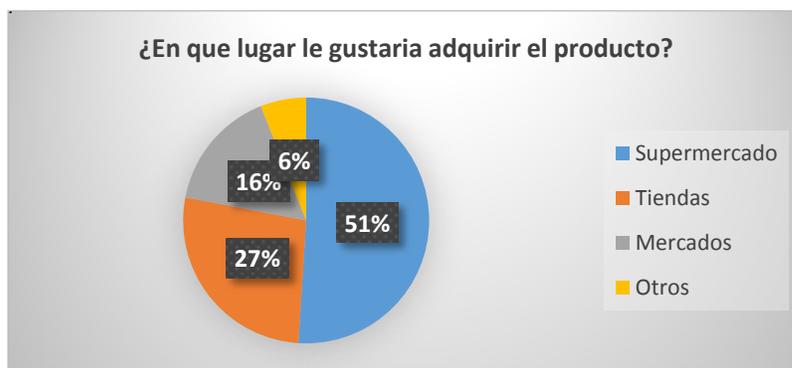
## 7-¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

**Tabla 25.** Pregunta 7

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Supermercado	194	51%
Tiendas	102	27%
Mercados	63	16%
Otros	23	6%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 18.** Pregunta 7

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

Se puede apreciar que con un 51% de los encuestados prefieren adquirirlo en supermercado, seguido de un 27% que lo adquiere en tiendas, el 16% lo compra en mercados y como último con un 6% lo adquiere de otras fuentes lo que me permite trabajar en ese grupo selecto de clientes.

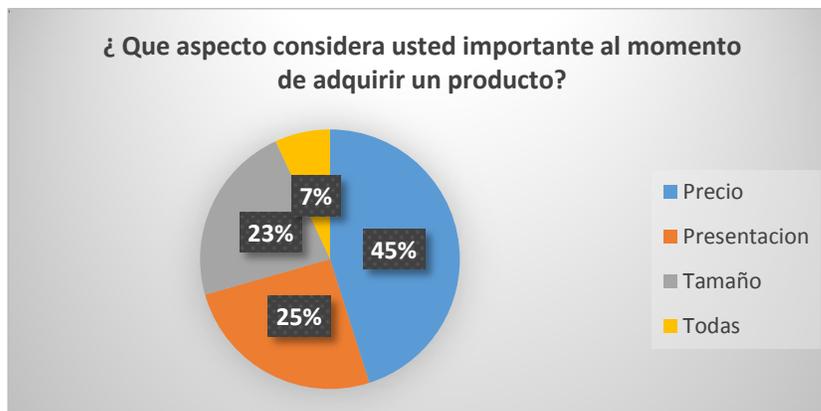
## 8--¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

**Tabla 26.** Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje
Precio	177	46%
Presentación	86	26%
Tamaño	91	23%
Todas	28	7%
Total	382	100%

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Denis Mantilla



**Figura 19.** Pregunta 8

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Denis Mantilla

### Análisis

Se puede analizar que en su mayoría con un 45% nuestro encuestados consideran el precio, seguido de un 25% que toma en cuenta la presentación, con un 23% les resulta interesante el tamaño, y un grupo muy pequeño con un 7% considera todos los aspectos importantes al momento de adquirir el producto

**9.- ¿A través de que medio le gustaría recibir la información de la empresa y sus productos?**

**Tabla 27.** Pregunta 9

	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	253	66%
Publicidad	78	20%
Prensa	39	10%
Otros	12	3%
Total	382	100%

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 20.** Pregunta 9

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Análisis**

El resultado de nuestra encuesta nos demuestra que un 67% prefiere adquirir la información a través de redes sociales, seguido de un 20% a través de la publicidad constante, un 10% lo prefiere en la prensa y el 3% que se lo realice a través de medios alternativos, por lo tanto nuestra principal publicidad deberá ser redes sociales.

## 3.2 Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que las personas desean adquirir en un determinado mercado a un precio específico.

### 3.2.1 Demanda histórica

La demanda histórica hace referencia al consumo de bienes o servicios que hubo en años pasados con el fin de determinar su comportamiento en el mercado, con el objetivo de tener una idea próxima en su evolución a futuro, estos pueden tener diferentes factores que puedan ayudar a su respectivo análisis.

- ✓ Preferencias de los diferentes consumidores
- ✓ El conocimiento que tienen los consumidores sobre los bienes y servicios
- ✓ Las capacidades económicas de los diferentes consumidores al adquirir los productos
- ✓ El beneficio que le trae dicho bien o servicio

### 3.2.2 Demanda actual

La demanda actual hace referencia al producto o servicio que se ofrece en el mercado en el año actual obteniendo datos estadísticos que nos muestre el consumo y la importancia de dichos productos adquiridos.

**Tabla 28.** Calculo de la demanda actual

<b>Calculo de la demanda actual</b>	
Población	70041
Total de encuestas	382
Porcentaje mayor aceptación	0,92
Porcentaje mayor frecuencia	0,61

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 29.** Resultados de la encuesta

<b>Resultados de la encuesta</b>			
<b>Aceptación</b>			
Población	Porcentaje	Aceptación de las personas	
70041	* 0,92	=	64437,72
<b>Frecuencia</b>			
Aceptación	Porcentaje	Tiempo	Frecuencia de compra
64437,72	* 0,61	* 24	= 943368,22
<b>Precio promedio</b>			
Rango de precios / 2		Precio promedio	
(\$2,00+\$3,00) / 2		= \$2,50	

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 30.** Calculo de la demanda actual

<b>Calculo de la demanda actual</b>			
Frecuencia de compra	*	Precio promedio aceptado	= Aceptación de personas
943368,22	*	\$2,50	= 2,358,420.55

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

### 3.2.3 Demanda proyectada

La demanda proyectada es la que nuestra empresa requerirá para años siguientes partiendo del año actual.

**Tabla 31.** Proyección de la demanda

<b>Años</b>	<b>Demanda actual</b>	<b>Tasa de crecimiento poblacional</b>	<b>Demanda proyectada</b>
2018	2,358,420.55	1,000	2,358,420.55
2019	2,358,420.55	1,0156	2,395,211.91
2020	2,395,211.91	1,0156	2,432,577.22
2021	2,432,577.22	1,0156	2,470,525.43
2022	2,470,525.43	1,0156	2,509,065.63
2023	2,509,065.63	1,0156	2,548,207.05

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

### 3.3 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado, con diferentes precios caracterizados por las condiciones que se presenten.

### 3.3.1 Oferta histórica

Podremos conocer cuánto es la oferta que se presentaba para la comercialización de alimentos para mascotas.

### 3.3.2 Oferta actual

La oferta actual muestra la cantidad de bienes o servicios que se puede poner a disposición del mercado.

Para determinar la oferta actual de nuestro proyecto se tomó los siguientes datos que se obtuvieron de las encuestas.

**Tabla 32.** Oferta actual

Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2018	2,358,420.55	0,83	1,957,489.06

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

### 3.3.3 Oferta proyectada

La oferta proyectada está basada en los bienes y servicios que se están ofreciendo y que se ofrecerán así como los precios y calidad que dan en el mercado, para nuestra oferta proyectada se tomó datos de las encuestas sobre la satisfacción de los productos que ofrece la competencia y fueron los siguientes.

**Tabla 33.** Proyección de la oferta

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Aceptación de la competencia</b>	<b>Oferta proyectada</b>
2019	2,395,211.91	0.83	1,988,025.89
2020	2,432,577.22	0.83	2,019,039.09
2021	2,470,525.43	0.83	2,050,536.11
2022	2,509,065.63	0.83	2,082,524.47
2023	2,548,207.05	0.83	2,115,011.85

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

### 3.4 Balance Oferta-Demanda

Es la comparación entre la oferta y la demandada para poder determinar la diferencia que existe entre las dos, y así conocer si existe una demanda satisfecha o insatisfecha del proyecto.

#### 3.4.1 Balance proyectado

El balance proyectado nos muestra la diferencia que existe entre la oferta y la demanda y así saber la demanda insatisfecha que existe en el mercado

**Tabla 34.** Balance oferta - demanda

<b>Años</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Oferta proyectada</b>	<b>Balance o demanda insatisfecha</b>
2019	2,395,211.91	1,988,025.89	407,186.02
2020	2,432,577.22	2,019,039.09	413,538.13
2021	2,470,525.43	2,050,536.11	419,989.32
2022	2,509,065.63	2,082,524.47	426,541.16
2023	2,548,207.05	2,115,011.85	433,195.20

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

La gestión de proyectos establece que para cubrir una demanda se puede tomar entre el 2% y 6%, en nuestro proyecto vamos a tomar el 5% de la demanda.

En este caso la demanda que se podrá cubrir será de \$20,359.30 al año, lo que corresponde a \$1,696.61 mensual.

## CAPITULO IV

### 4 Estudio Técnico

El estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones como son equipos, tecnología, localización las instalaciones necesarias para la comercialización de alimentos para mascotas, que se requieren para el funcionamiento del proyecto ubicado en el sector de la Rumiñahui.

#### 4.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción de un servicio o producto en un tiempo determinado, esto es importante determinar para saber cuánto vamos invertir.

##### 4.1.1 Capacidad Instalada

Es el lugar donde se va a efectuar el proyecto, el mismo que va a contar con diversas áreas para un desenvolvimiento normal de las actividades, con esto podremos ver las dimensiones y el espacio que se necesita para realizar las funciones en la empresa.

**Tabla 35.** Capacidad Instalada

Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
Área de administración	2,5m x 2,5m	6,25m <sup>2</sup>
Área de caja	2.5m x 1.75m	4,37m <sup>2</sup>
Área de comercialización	6m x 5m	30m <sup>2</sup>
Baño	1,5m x 1,5m	2,25m <sup>2</sup>
Parqueadero	8m x 5m	40m <sup>2</sup>
Total		82,87m <sup>2</sup>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 4.1.2 Capacidad óptima

La capacidad óptima es la que está conformada por los departamentos y áreas de la microempresa descartando el espacio que es el parqueadero que tiene una medida total de 40 m<sup>2</sup>.

**Tabla 36.** Capacidad óptima

Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
Área de administración	2,5m x 2,5m	6,25m <sup>2</sup>
Área de caja	2,5m x 1,75m	4,37m <sup>2</sup>
Área de comercialización	6m x 5m	30m <sup>2</sup>
Baño	1,5m x 1,5m	2,25m <sup>2</sup>
Total		42,87

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

## 4.2 Localización

La localización es donde va a estar ubicada nuestra microempresa Pet Zone y saber que el lugar va ser rentable para el funcionamiento de la misma.

### 4.2.1 Macro Localización

La macro localización nos indica el país, provincia, ciudad sector donde va a estar situado la microempresa.

La microempresa Pet Zone estará ubicada en el País Ecuador, provincia Pichincha, cantón Quito, ciudad Quito, sector norte con una población estimada de 70041 habitantes que mantiene un clima cálido.

**Tabla 37.** Macro Localización

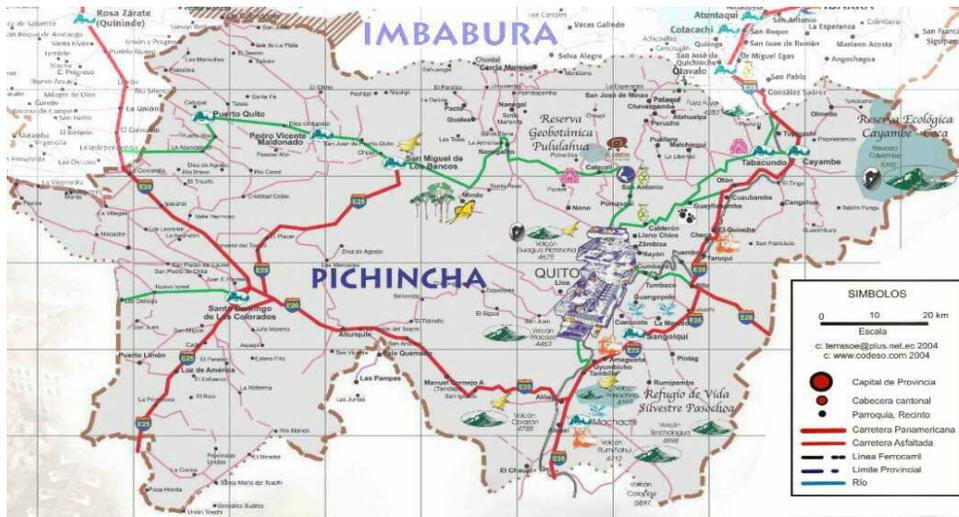
<b>Macro localización</b>	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Sector	Norte
Población	70041
Clima	Cálido

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 21.** Mapa País

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 22.** Mapa provincia  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 23.** Mapa Quito  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

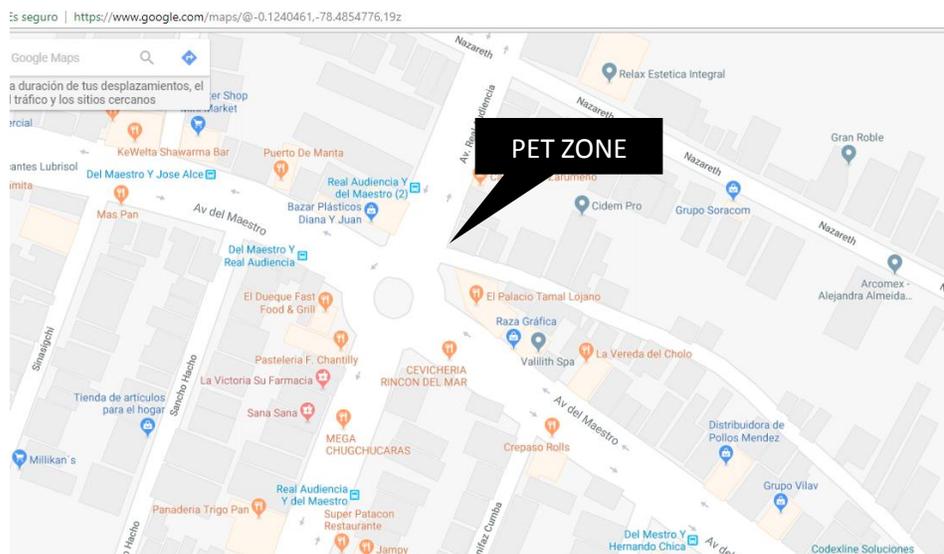
#### 4.2.2 Micro Localización

La microempresa estará ubicada en la ciudad de Quito, sector norte, parroquia la Kennedy, barrio Rumiñahui en las calles Real Audiencia y Del Maestro.

**Tabla 38.** Micro Localización

Micro localización	
Ciudad	Quito
Sector	Norte de la ciudad
Parroquia	Kennedy
Barrio	Rumiñahui
Calle	Real Audiencia y Del Maestro

*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Figura 24.** Micro Localización  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 4.2.3 Localización óptima

La localización óptima es la que permite que un proyecto contribuya en mayor medida a que se obtenga una alta tasa de rendimiento sobre el capital.

**Tabla 39.** Localización óptima

Factor de localización	Ponderación	Rumiñahui		Carcelén	
		Calf	Total	Calf	Total
Ubicación de la población	0,30	10	3,0	8	2,4
Transporte	0,20	8	1,6	8	1,6
Facilidad de infraestructura	0,10	9	0,9	6	0,6
Servicio básicos	0,10	9	0,9	7	0,7
Condiciones ambientales	0,10	8	0,8	6	0,6
Condiciones espaciales del municipio	0,10	7	0,7	5	0,5
Desarrollo local	0,10	7	0,7	5	0,5
Total	1,00	58	8,6	45	6,9

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### 4.3 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de proyectos es aquella en la que se define los recursos necesarios para la ejecución de los planes de la empresa como, maquinarias, equipos y la infraestructura el cual nos va a mostrar cómo van a estar las instalaciones de la empresa.

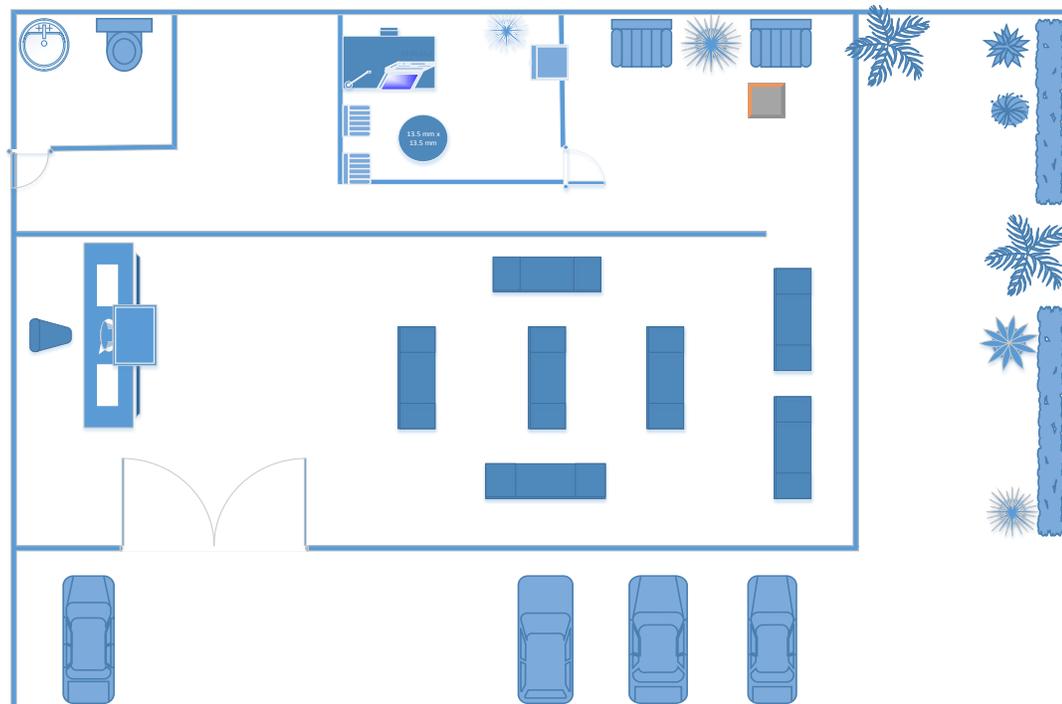
### 4.3.1 Definición de Bienes y Servicios

Se los puede definir como la satisfacción de las necesidades humanas las cuales adquieren en el mercado como son bienes y servicios a cambio de un reconocimiento económico por adquirirlos estos pueden ser tangibles o intangibles.

La microempresa Pet Zone ofrecerá a su distinguida clientela alimentos para mascotas con vitaminas de longevis y optistart para un adecuado crecimiento y desarrollo de su organismo.

### 4.3.2 Distribución de la Planta

El siguiente grafico nos da a conocer la comercializadora de alimento para mascotas el cual está comprendido en las siguientes áreas.



**Figura 25.** Distribución de la Planta

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Denis Mantilla

#### 4.3.2.1 Código de cercanía

**Tabla 40.** Código de cercanía

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 4.3.2.2 Razones de cercanía

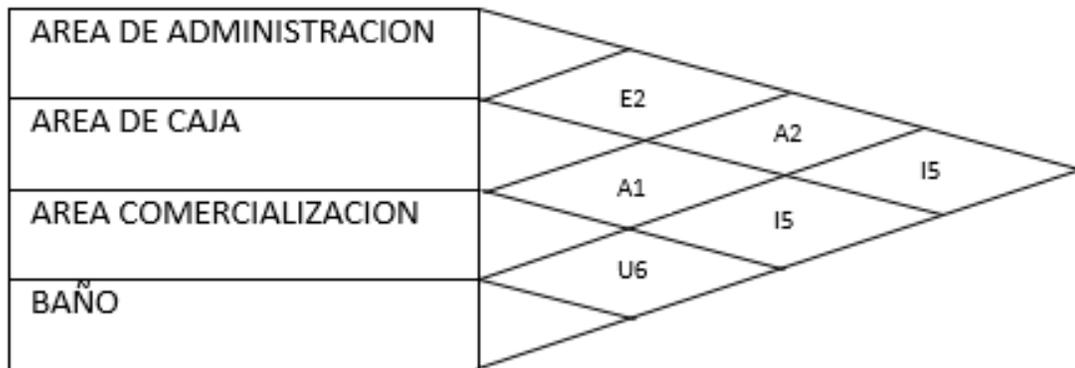
Razones porque está distribuida de esta forma las áreas de la empresa y su cercanía.

**Tabla 41.** Razones de cercanía

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

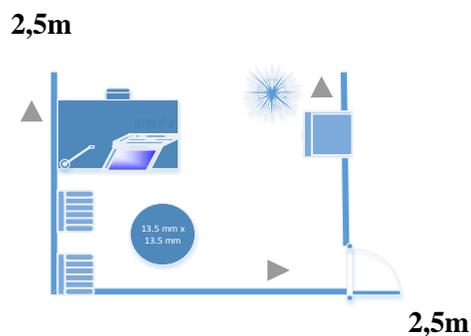


**Figura 26.** Matriz Triangular  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 4.3.2.3 Distribución de la planta

##### Área Administrativa

Esta área tendrá un espacio de 6,25m<sup>2</sup> para atender a los proveedores y personas que tengan relación con el administrador, también cuenta con una sala de espera.

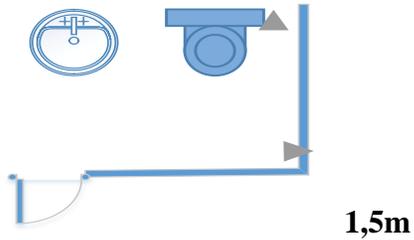


**Figura 27.** Área Administrativa  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Baño**

Esta área tendrá una medida de  $2,25\text{m}^2$  será utilizado para el personal que labora en la empresa.

**1,5m**



**Figura 28.** Baño

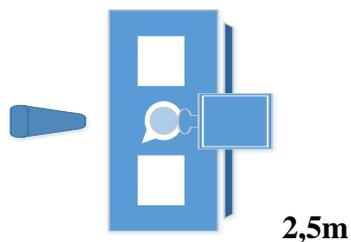
*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Área de Caja**

Esta área tendrá una medida de  $4,37\text{ m}^2$  se encuentra ubicado en la entrada principal para que los clientes tenga la facilidad de cancelar el producto que adquieren.

**1.75m**



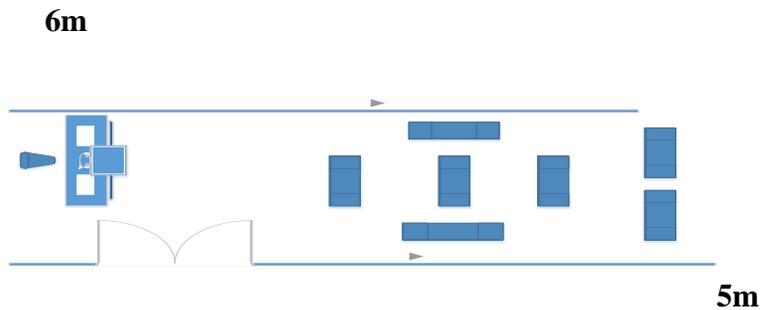
**Figura 29.** Área de Caja

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Área de comercialización

Esta área cuenta con una medida de 30 m<sup>2</sup> aquí se va a exhibir el alimento de mascotas en las vitrinas para que los clientes puedan ver la mejor opción.



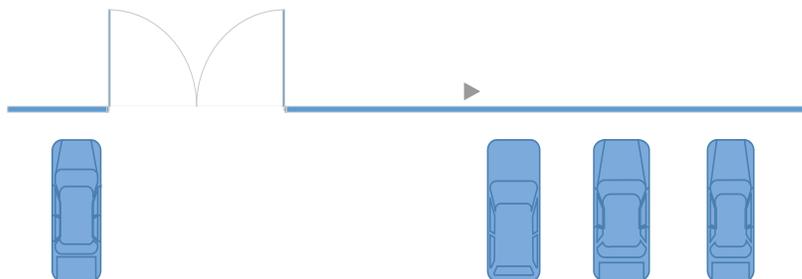
**Figura 30.** Área de Comercialización

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Parqueadero

Esta área cuenta con una medida de 40 m<sup>2</sup> con capacidad para cuatro vehículos los cuales van a utilizar nuestros clientes quienes van a adquirir nuestro producto, adicional cuenta con un área verde para mayor cuidado ambiental y un lugar acogedor para nuestros clientes.



**Figura 31.** Parqueadero

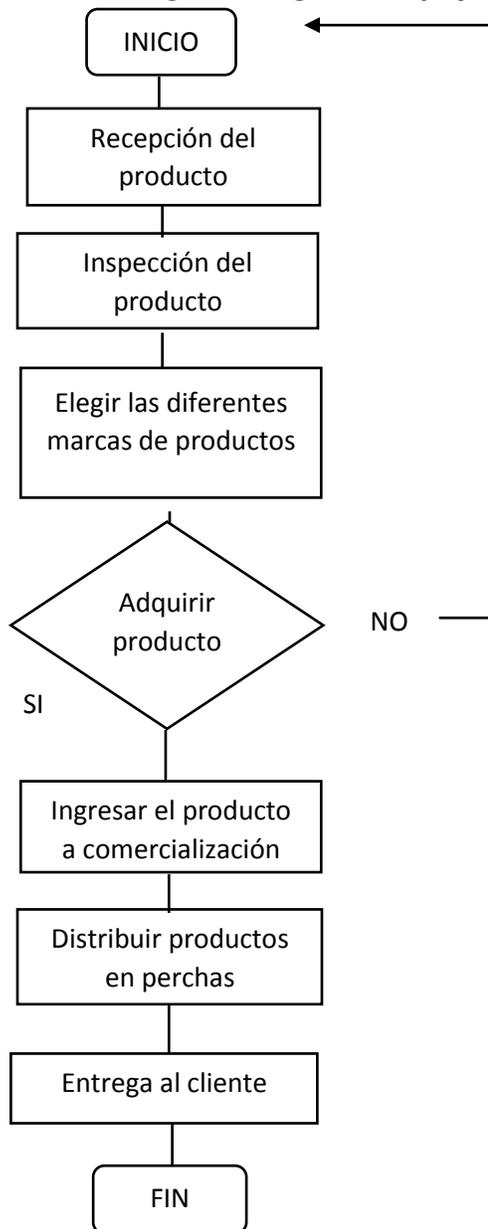
*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### 4.3.3 Proceso productivo

Los procesos productivos es el estudio técnico que se realiza para obtener los bienes y servicios y a partir de esos se identifica los insumos que se necesita para la empresa.

#### 4.3.3.1 Simbología de diagrama de flujo



**Figura 32.** Simbología de diagrama de flujo

*Fuente:* Investigación

*Elaborado por:* Denis Mantilla

#### 4.3.4 Cuadros de activos

Los cuadros de activos nos muestran todas las maquinarias y equipos que vamos a utilizar en nuestra microempresa

**Tabla 42.** Tabla de activos

<b>Activo fijo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Moto	1	1,100.00	1,100.00
<b>Total</b>			1,100.00
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorio	1	120.00	120.00
Archivador metal	1	40.00	40.00
Sillones de espera	4	80.00	320.00
Silla giratoria	2	25.00	50.00
Mesa circular peq	1	50.00	50.00
Perchas	7	100.00	700.00
<b>Total</b>			1,280.00
<b>Equipos de computación</b>			
Computadora	1	560.00	560.00
Impresora	1	90.00	90.00
Caja registradora computarizada	1	800.00	800.00
<b>Total</b>			1,450.00
<b>Equipos de oficina</b>			
Teléfono de escritorio	2	20.00	40.00
Calculadora	2	25.00	50.00
Grapadora	2	1,50	3.00
Perforadora	2	2.00	4.00
<b>Total</b>			97.00
<b>Total activos</b>			3,927.00

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Denis Mantilla*

## CAPITULO V

### **5. Estudio financiero**

El estudio financiero presenta la proyección de la inversión, la proyección de los ingresos y gastos y las diferentes formas de financiamiento que se presten en el transcurso del proyecto, este estudio muestra si la microempresa puede funcionar con los recursos disponibles mediante las diferentes evaluaciones.

#### **5.1 Ingresos operacionales y no operacionales**

##### ***5.1.1 Ingresos operacionales***

Los ingresos operacionales son los que están directamente relacionados a la razón del negocio, se originan por la venta de los productos que se comercializa en la empresa, en este caso está determinada por la venta de alimento para mascotas con vitaminas de longevis y optistart.

##### ***5.1.2 Ingresos no operacionales***

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos que la empresa percibe ocasionalmente fuera de la actividad que realiza.

**Tabla 43.** Ingresos operacionales

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
<b>Concepto</b>	<b>COMIDA PERRO</b>	<b>Costo de ventas</b>
Costo de Ventas Unitario	1,65	2970,00
Utilidad del 52%	0,85	
P.V.P	2,50	
Venta Mensual (kilos)	1800	
Ingresos Mensuales	4.499,55	
Ingresos Anuales	53.994,60	
<b>Concepto</b>	<b>COMIDA GATO</b>	
Costo de Ventas Unitario	1,45	2320,00
Utilidad del 55%	0,80	
P.V.P	2,25	
Venta Mensual (kilos)	1600	
Ingresos Mensuales	3.596,00	
Ingresos Anuales	43.152,00	
<b>Total Ingreso anual</b>	<b>97.146,60</b>	<b>5290,00</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Análisis**

La tabla anterior muestra que nuestra empresa comercializara 1800 kilos de alimento para perro y 1600 para gato teniendo una venta mensual de 3400 kilos entre los dos alimentos.

### **Ingresos proyectados**

Posteriormente se procede a la proyección en el tiempo de duración estándar del proyecto que es de 5 años, tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional.

**Tabla 44. Ingresos Proyectados**

<b>Año</b>	<b>Ingreso actual</b>	<b>Tasa de crecimiento poblacional(1,0156)</b>	<b>Ingreso proyectado</b>
Año base 2018	97146,60		97146,60
2019	97146,60	1,0156	98662,09
2020	98662,09	1,0156	100201,22
2021	100201,22	1,0156	101764,35
2022	101764,35	1,0156	103351,88
2023	103351,88	1,0156	104964,17

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## **5.2 Costos directos e indirectos de fabricación**

### **5.2.1 Costos directos de fabricación**

Es el valor económico que se va a utilizar en la elaboración de un bien o producto, en este caso en la empresa no incurrirán los costos indirectos de fabricación, por motivo que se dedicara a la comercialización de alimento para mascota.

### **5.2.2 Costos indirectos de fabricación**

Es el valor económico que se va a utilizar en un producto pero este no interviene directamente en la transformación del mismo, en este caso la empresa se dedicara a la comercialización de alimento para mascotas, por tal motivo los costos indirectos de fabricación no incurren.

### **5.2.3 Costo de ventas**

Se considera costo de venta al desembolso económico que debemos pagar a los proveedores por un bien o producto adquirido.

**Tabla 45.** Costo de ventas

DESCRIPCIÓN	2019
<b>Ventas</b>	
Alimentos para mascotas	98.662,09
<b>Total Ventas</b>	98.662,09
Comida Perro	36195,98
Comida Gato	28274,30
<b>(-) Costo de Ventas</b>	64.470,29
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	34.191,80

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Análisis**

En el cuadro que se tiene anteriormente muestra que para adquirir productos a los proveedores se va a utilizar un costo de 64.470,80 durante el año.

### **5.3 Gastos**

Son todos los desembolsos de dinero que utiliza la empresa para poder cubrir todas sus obligación y las diferentes áreas operativas que van relacionada al funcionamiento de las misma.

#### **5.3.1 Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos son aquellos que incurren en el personal que labora en la empresa tanto el personal administrativo y operacional.

**Tabla 46.** Gastos Administrativos

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Administrador	400,00	33,33	30,50	48,60	33,32	448,55	5382,64
Cajera	386,00	32,17	30,50	46,90	32,15	433,92	5207,06
Vendedor	386,00	32,17	30,50	46,90	32,15	433,92	5207,06
<b>Total</b>						<b>1316,40</b>	<b>15796,76</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

La microempresa contara con un administrador, una cajera y un vendedor teniendo un gasto administrativo mensual de \$1.316,40 y anual de \$15.796,76.

**Tabla 47.** Materiales de aseo y limpieza

Descripción	Cantidad	Costo	Costo
	Anual	Unitario	Anual
Escoba	3	1,25	3,75
Trapeador	3	2,00	6,00
Recogedor	2	1,10	2,20
Desinfectante	6	1,75	10,50
Cloro	6	1,25	7,50
Eliminador de olores	6	4,50	27,00
<b>TOTAL</b>	26	11,85	56,95

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 48.** Suministro de oficina

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Anual
	Anual	Unitario	
Resma de Papel	4	4,50	18,00
Bolígrafos	24	0,32	7,68
Lápices	10	0,25	2,50
Grapas	5	1,15	5,75
Clips	5	0,95	4,75
Tinta impresora	2	4,50	9,00
Block de facturas	4	11,00	44,00
Archivadores	2	3,00	6,00
<b>TOTAL</b>	56	25,67	97,68

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 49.** Otros Gastos Administrativos

Descripción	Costo	Costo
	Mensual	Anual
Servicios Básicos	79,50	954,00
Arriendo	200,00	2400,00
Contador Externo	250,00	3000,00
<b>TOTAL</b>	529,50	6354,00

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

La microempresa contará con un auditor externo por motivo que es más factible y económico el cual percibe un sueldo mensual de \$250,00 un arriendo de \$200,00 mensuales y servicio básicos mensuales de \$79,50.

### 5.3.2 Gasto de venta

Los gastos de ventas están hechos para la comercialización de un producto o servicio, en este gasto se incluyen publicidades para el reconocimiento de la microempresa.

**Tabla 50.** Gasto de Venta

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Mensual	Anual
Suministros (Fundas)	4000	27,08	325,00
Material POP	100	25,00	300,00
Artículos promocionales	50	25,00	300,00
Servicios de básicos	1	185,50	2226,00
<b>TOTAL</b>		262,58	3151,00

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### 5.3.3 Proyección de costos y gastos

Se realizara la proyección de los costos y gastos para los 5 años que es el tiempo de duración estándar del proyecto.

### 5.3.4 Proyección de Gastos Administrativos

**Tabla 51.** Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	Año Actual (2018)	Tasa de crecimiento poblacional 1,56%	2019	2020	2021	2022	2023
			Gastos de Personal	15796,76	1,0156	16.043,18	16.293,46
Materiales de limpieza	56,95	1,0156	57,84	58,74	59,66	60,59	61,53
Suministros de oficina	97,68	1,0156	99,20	100,75	102,32	103,92	105,54
Servicios básicos	954,00	1,0156	968,88	984,00	999,35	1.014,94	1.030,77
Arriendo	2400,00	1,0156	2.437,44	2.475,46	2.514,08	2.553,30	2.593,13
Contador Externo	3000,00	1,0156	3.046,80	3.094,33	3.142,60	3.191,63	3.241,42
<b>TOTAL</b>	<b>22305,39</b>	-	<b>22653,35</b>	<b>23006,74</b>	<b>23365,65</b>	<b>23730,15</b>	<b>24100,34</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### 5.3.5 Proyección de Gastos de Ventas

**Tabla 52.** Proyección gastos de venta

Descripción	Año Actual (2018)	Tasa de crecimiento poblacional 1,56%	2019	2020	2021	2022	2023
			Gastos de Ventas	3151,00	1,0156	3200,16	3250,08
<b>TOTAL</b>			3200,16	3250,08	3300,78	3352,27	3404,57

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### 5.3.6 Costos fijos y Variables

Los costos fijos y variables son valores que desembolsan para fines administrativos o comerciales.

**Tabla 53.** Costos fijos y Variables

Concepto	Tasa de crecimiento poblacional 1,56%	Año base 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
<b>Costos Fijos</b>							
Depreciación	1,0156	841,03	841,03	841,03	841,03	357,70	357,70
Amortización de la inversión diferida	1,0156	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Gastos Administrativos	1,0156	22305,39	22653,35	23006,74	23365,65	23730,15	24100,34
<b>Total Costo Fijos</b>		23226,42	23574,38	23927,77	24286,68	24167,85	24538,04
<b>Costo Variables</b>							
Costo de ventas	1,0156	63480,00	64470,29	65476,02	66497,45	67534,81	68588,35
Gastos de Ventas	1,0156	3151,00	3200,16	3250,08	3300,78	3352,27	3404,57
<b>Total Costos Variables</b>		66631,00	67670,44	68726,10	69798,23	70887,08	71992,92
<b>Total Costos Anuales</b>		<b>89857,42</b>	<b>91244,83</b>	<b>92653,88</b>	<b>94084,91</b>	<b>95054,93</b>	<b>96530,96</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## 5.4 Inversiones

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es

una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. (Financiera, 2017)

#### ***5.4.1 Inversión Fija***

La inversión fija es todos los recursos tangibles y no tangibles para la realización de un proyecto, ésta se forma a base de un capital fijo para los gastos de estructura y equipo de la empresa, estos pueden ser maquinarias, vehículos, edificios entre otros.

##### ***5.4.1.1 Activos fijos***

Son todos los bienes que son propiedad de la empresa, son llamados fijos porque la empresa no puede desprenderse de ellos.

##### ***5.4.1.2 Activos nominales diferidos***

Los activos nominales son todos los documentos de constitución y operación de la empresa como son escrituras, patentes, permisos de funcionamiento entre otros.

#### ***5.4.2 Capital de trabajo***

El capital de trabajo debe entenderse como la capacidad operativa que tiene una empresa en el corto plazo, es decir, toda entidad para el desarrollo normal de sus operaciones requiere de una disposición permanente de recursos destinados a la adquisición de materia prima, reposición de activos fijos, sostenimiento de la planta operativa, cubrimiento de costos y gastos como la nómina; todas estas erogaciones que

debe cubrir una empresa en el corto plazo y con las cuales se garantiza el funcionamiento de la organización es lo que se debe entender como el capital de trabajo. (Actualícese, 2015).

### 5.4.3 Cuadro de inversiones

**Tabla 54.** Cuadro de inversiones

<b>Concepto</b>	<b>Uso de Fondo</b>	<b>Recurso Propio</b>	<b>Recurso Financiero</b>
<b>Activos Fijos</b>			
Maquinaria y Equipo	1100,00	1100,00	-
Muebles y Enseres	1280,00	1280,00	-
Equipo de Computación	1450,00	1450,00	-
Equipo de Oficina	97,00	97,00	-
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>3927,00</b>	<b>3927,00</b>	-
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de constitución	400,00	400,00	-
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	-
<b>Capital de Trabajo</b>			
Costo de Ventas	5290,00	5290,00	-
Gasto Administrativo	1858,78	1858,78	-
Gasto de Ventas	262,58	262,58	-
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>7411,37</b>	<b>7411,37</b>	-
<b>Total de Inversión</b>	<b>11738,37</b>	<b>11738,37</b>	-
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	-

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

La inversión para el presente proyecto será de \$11,738.37 provendrá de recursos propios.

#### 5.4.4 Amortización del diferido

**Tabla 55.** Amortización del diferido

Concepto	Valor	Vida Útil	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto de Constitución	400,00	5	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 5.4.5 Depreciaciones

Las depreciaciones hacen referencia a los bienes que pierden su valor conforme pasa el tiempo.

**Tabla 56.** Depreciaciones

Descripción	Valor de Compra	Vida Útil	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Vehículo(Moto)	1100,00	5	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
Muebles y Enseres	1280,00	10	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00
Equipo de Computación	1450,00	3	483,33	483,33	483,33		
Equipo de Oficina	97,00	10	9,70	9,70	9,70	9,70	9,70
<b>TOTAL</b>	<b>3927,00</b>	-	<b>841,03</b>	<b>841,03</b>	<b>841,03</b>	<b>357,70</b>	<b>357,70</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### 5.4.6 Estado de Situación Inicial

Balance general o también llamado estado de situación financiera, el objetivo de este estado es presentar la situación financiera de una empresa en una fecha determinada es decir los recurso que tiene y como están siendo financiados.

**Tabla 57.** Estado de Situación Inicial

<b>PET ZONE</b>			
<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE 2018</b>			
<b>Activos</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Activos Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja Bancos	7411,37	Cuentas por pagar	-
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>7411,37</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>0,00</b>
<b>Activos Fijos</b>		<b>Pasivo a Largo plazo</b>	
Vehículo(Moto)	1100,00	Préstamo bancario	-
Muebles y Enseres	1280,00	<b>Total Pasivo a Largo plazo</b>	<b>0,00</b>
Equipo de Computación	1450,00		
Equipo de Oficina	97,00	<b>Total Pasivos</b>	<b>0,00</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>3927,00</b>		
<b>Otros Activos</b>		<b>Patrimonio</b>	
Gasto de constitución	400,00	Capital	11738,37
Estudio de Factibilidad	0,00	<b>Total Patrimonio</b>	<b>11738,37</b>
<b>Total Otros Activos</b>	<b>400,00</b>		
<b>Total Activos</b>	<b>11738,37</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>11738,37</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

#### **5.4.7 Estado de Resultados Proyectado**

El estado de resultados es un estado financiero básico que presenta información acerca de las operaciones desarrolladas por la empresa en un periodo determinado, en este se realiza una evaluación de ingreso y gastos para así obtener un resultado como es una utilidad o pérdida.

Para el presente proyecto el estado de resultado estará proyectado para cinco años que es la vida útil del proyecto

**Tabla 58.** Estado de Resultados Proyectado

<b>PET ZONE</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>DEL 2019 AL 2023</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Ventas</b>					
Alimentos para mascotas	98.662,09	100.201,22	101.764,35	103.351,88	104.964,17
<b>Total Ventas</b>	98.662,09	100.201,22	101.764,35	103.351,88	104.964,17
(-) Costo de Ventas	64.470,29	65.476,02	66.497,45	67.534,81	68.588,35
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	34.191,80	34.725,19	35.266,90	35.817,07	36.375,81
(-) Gastos Administrativos	22.653,35	23.006,74	23.365,65	23.730,15	24.100,34
(-) Gasto de Ventas	3.200,16	3.250,08	3.300,78	3.352,27	3.404,57
(-) Depreciaciones	841,03	841,03	841,03	357,70	357,70
(-) Amortización del Diferido	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	7.417,26	7.547,34	7.679,44	8.296,95	8.433,21
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	7.417,26	7.547,34	7.679,44	8.296,95	8.433,21
(-) 15% Participación de Trabajadores	1.112,59	1.132,10	1.151,92	1.244,54	1.264,98
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	6.304,67	6.415,24	6.527,53	7.052,40	7.168,23
(-) 25% Impuesto a la Renta					
<b>(=) Utilidad Neta</b>	6.304,67	6.415,24	6.527,53	7.052,40	7.168,23

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Análisis**

El estado de resultado nos muestra una ganancia, con una utilidad neta de \$6,304.67.

#### **5.4.8 Flujo de Caja Proyectado**

El flujo de caja son las variaciones de entrada y salida de caja o efectivo en un periodo dado para una empresa, este constituye un factor importante de liquidez para la empresa.

**Tabla 59.** Flujo de Caja Proyectado

DESCRIPCIÓN	PET ZONE					
	Año Actual (2018)	2019	2020	2021	2022	2023
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO DEL 2019 AL 2023</b>						
<b>Ventas</b>						
Alimentos para mascotas		98.662,09	100.201,22	101.764,35	103.351,88	104.964,17
<b>Total Ventas</b>		98.662,09	100.201,22	101.764,35	103.351,88	104.964,17
(-) Costo de Venta		64.470,29	65.476,02	66.497,45	67.534,81	68.588,35
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		34.191,80	34.725,19	35.266,90	35.817,07	36.375,81
(-) Gastos Administrativos		22.653,35	23.006,74	23.365,65	23.730,15	24.100,34
(-) Gasto de Ventas		3.200,16	3.250,08	3.300,78	3.352,27	3.404,57
(-) Depreciaciones		841,03	841,03	841,03	357,70	357,70
(-) Amortización del Diferido		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		7.417,26	7.547,34	7.679,44	8.296,95	8.433,21
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		7.417,26	7.547,34	7.679,44	8.296,95	8.433,21
(-) 15% Participación de Trabajadores		1.112,59	1.132,10	1.151,92	1.244,54	1.264,98
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		6.304,67	6.415,24	6.527,53	7.052,40	7.168,23
(-) 25% Impuesto a la Renta		-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Neta</b>		6.304,67	6.415,24	6.527,53	7.052,40	7.168,23
(+) Depreciaciones		841,03	841,03	841,03	357,70	357,70
(+) Amortización del Diferido		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
(-) Amortización de la Deuda						
(-) Inversión	(11.738,37)					
(-) Capital de Trabajo	(7.411,37)					
(+) Préstamo	-					
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	<b>-19149,73</b>	<b>7225,71</b>	<b>7336,27</b>	<b>7448,56</b>	<b>7490,10</b>	<b>7605,93</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## 5.5 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es el análisis de factibilidad de un proyecto, en esta etapa del proyecto se utilizara varias herramientas como son, el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación costo beneficio (RCB), punto de equilibrio y análisis de índices financieros.

### 5.5.1 Tasa de descuento

La tasa de descuento es un factor financiero que se utiliza para determinar el valor del dinero en el tiempo y para poder calcular el valor actual de un capital futuro en un proyecto de inversión, estas tasas las publica el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 60.** Tasa de Descuento o TMAR

<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>
Tasa Activa	8,34%
(+) Tasa Pasiva	5,27%
<b>TMAR</b>	<b>13,61%</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

Para determinar el TMAR se tomó la tasa activa y tasa pasiva de la tabla del Banco Central del Ecuador de comercialización dando como resultado el 13.61%

### 5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

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

**Tabla 61.** Valor Actual Neto

Valor actual neto						
VAN =	- P	+ FNE 1	+ FNE 2	+ FNE 3	+ FNE 4	+ FNE 5
		$(1 + i)^1$	$(1 + i)^2$	$(1 + i)^3$	$(1 + i)^4$	$(1 + i)^5$
VAN =	-11.738,37	+ 7.225,71	+ 7.336,27	+ 7.448,56	+ 7.490,10	+ 7.605,93
		1,136	1,291	1,466	1,666	1,893
VAN =	-11.738,38	+ 6.360,10	+ 5.683,85	+ 5.079,52	+ 4.495,95	+ 4.018,55
VAN =	-11.738,37	+ 25.637,96				
VAN =	13.899,60					

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

El cálculo del valor actual neto en el proyecto es de \$25.637,96 de una inversión de \$11.738,37, por lo que el indicador es aceptable.

### 5.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno hace que el VAN sea igual a cero, esto quiere decir que la tasa iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

**Tabla 62.** Tasa Interna de Retorno

<b>Cálculo de la TIR</b>	
<b>Inversión</b>	-11738,37
Año 2017	7225,71
Año 2018	7336,27
Año 2019	7448,56
Año 2020	7490,10
Año 2021	7605,93
<b>TIR</b>	55,75%

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Análisis**

Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 55,75% lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo al criterio.

### 5.5.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión determina el tiempo en el que el valor invertido será recuperado.

**Tabla 63.** Periodo de Recuperación de la Inversión

Periodo	Flujos de Efectivo Actuales	Factor de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
0	-11738,37	1	-11738,37	0
1	7225,71	0,8802	6360,10	6360,10
2	7336,27	0,7748	5683,85	12043,94
3	7448,56	0,6819	5079,52	17123,46
4	7490,10	0,6003	4495,95	21619,41
5	7605,93	0,5283	4018,55	25637,96
<b>PRI:</b>	<b>1 AÑO 11 MESES</b>			

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

**Tabla 64.** Periodo de Recuperación a Valores

	Ingresos	Inversión a Recuperar
Año 1	5683,85	6360,10
1 Mes	473,65	6833,75
2 Mes	473,65	7307,40
3 Mes	473,65	7781,06
4 Mes	473,65	8254,71
5 Mes	473,65	8728,36
6 Mes	473,65	9202,02
7 Mes	473,65	9675,67
8 Mes	473,65	10149,33
9 Mes	473,65	10622,98
10 Mes	473,65	11096,63
11 Mes	473,65	11570,29
12 Mes	473,65	12043,94

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

El tiempo en que se recuperara la inversión será de 1 año y 11 meses lo que indica que el proyecto es rentable.

### 5.5.5 Relación Costo Beneficio (RC/B)

Mide la relación entre los costos y beneficios del proyecto tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera se determina la ganancia por cada dólar invertido.

**Tabla 65.** Relación Costo Beneficio

Años	Sumatoria Flujos Actualizados
2019	6360,10
2020	5683,85
2021	5079,52
2022	4495,95
2023	4018,55
	<b>25637,96</b>
<b>RCB</b>	<b>2,18</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

Se puede observar que por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene \$1,18 de ganancia.

### 5.5.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos por ende no hay pérdida ni ganancia.

#### 5.5.6.1 Punto de equilibrio en unidades

**Tabla 66.** Punto de Equilibrio

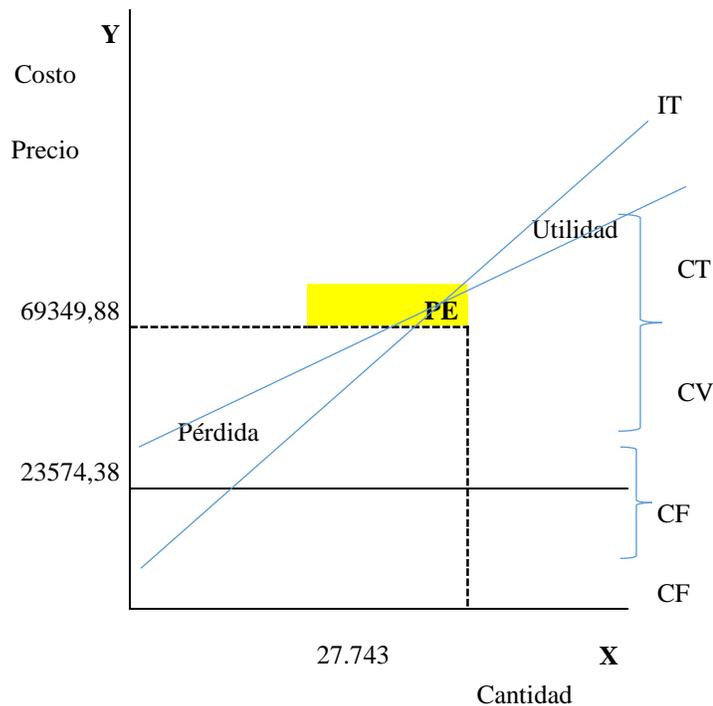
<b>COMIDA PERRO</b>			
Costos Fijos:	23574.38		
Costo Variable Unitario:	1.65		
Precio:	2.50		
<b>Fórmula:</b>			
P.E=	<b>Costo Fijo</b>		
	<b>Precio-Costo Variable</b>		
	<b>Unitario</b>		
P.E=	23574.38		
	2.50	-	1.65
PE=	23574.38		
	0.85		
PE=	<b>27742.73</b>		<b>unidades</b>
<b>Demostración</b>			
<b>Ventas</b>	69349.88		
(-) Costo Variable	45775.50		
(=) Margen de Contribución	23574.38		
(-) Costo Fijo	-23574.38		
( = ) Utilidad Operacional	0		

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

Como se puede observar al multiplicar las unidades por el precio, nos proporciona el valor de las ventas que al restar su costo variable nos da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, en el cual podemos llegar a su punto de equilibrio.



**Figura 33.** Punto de Equilibrio Comida Perro

*Fuente:* Estudio financiero

*Elaborado por:* Denis Mantilla

**Tabla 67.** Punto de Equilibrio

---

<b>COMIDA GATO</b>	
Costos Fijos:	23574.38
Costo Variable Unitario:	1.45
Precio:	2.25

**Fórmula:**

$$\begin{aligned}
 & \text{P.E} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}} \\
 & \text{P.E} = \frac{23574.38}{2.25 - 1.45} \\
 & \text{PE} = \frac{23574.38}{0.80} \\
 & \text{PE} = \mathbf{29560.35} \quad \text{unidades}
 \end{aligned}$$

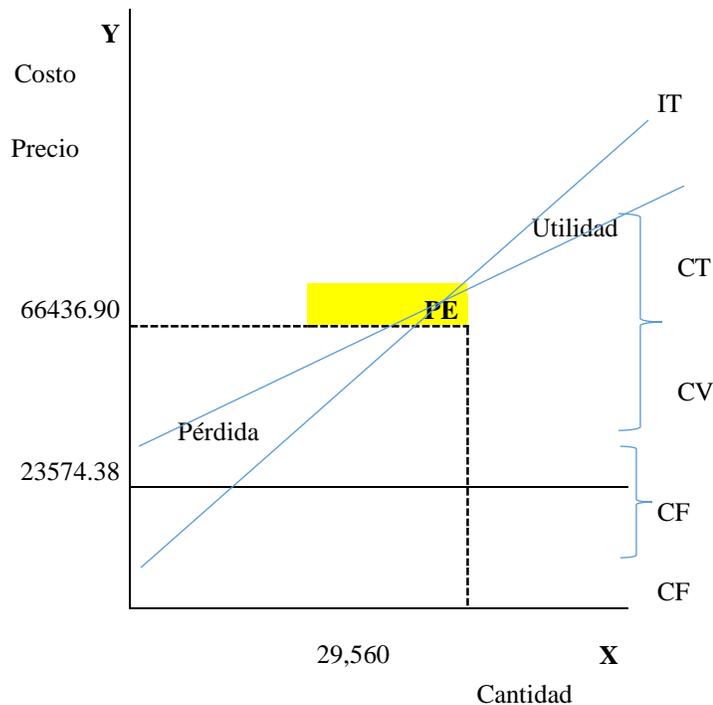
**Demostración**

<b>Ventas</b>	66436.90
(-) Costo Variable	42862.51
(=) Margen de Contribución	23574.38
(-) Costo Fijo	-23574.38
( = ) Utilidad Operacional	0

---

*Fuente:* Estudio financiero

*Elaborado por:* Denis Mantilla



**Figura 34.** Punto de Equilibrio Comida Gato

*Fuente:* Estudio financiero

*Elaborado por:* Denis Mantilla

### 5.5.7 Análisis de Índices Financieros

Los índices financieros toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relaciona de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino directamente relacionada con la evaluación financiera de la empresa.

#### 5.5.7.1 Razones de Apalancamiento

Mide el grado en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando el endeudamiento con terceros y la contribución de los propietarios.

### 5.5.7.2 Razón de Endeudamiento

Mide el grado de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deudas.

**Tabla 68.** Razón de Endeudamiento

Razón de Endeudamiento =	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo Total}}$
Razón de Endeudamiento =	0.00
Razón de Endeudamiento =	11738.37
<b>Razón de Endeudamiento =</b>	<b>0.00</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

En este caso no contamos con razón de endeudamiento por motivo que el proyecto se va a realizar con capital propio.

### 5.5.8 Razones de Rentabilidad

Las razones de rentabilidad miden la capacidad de la empresa para generar utilidad a partir de los recursos disponibles.

#### 5.5.8.1 Margen de Utilidad Neta

Este indicador mide el porcentaje que queda para los propietarios.

**Tabla 69.** Margen de Utilidad Neta

Margen de Utilidad Neta =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$
Margen de Utilidad Neta =	$\frac{6304.67}{97146.60}$
Margen de Utilidad Neta =	<b>0.06</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### Análisis

El porcentaje que queda a los propietarios por operar la empresa es del 6%.

#### 5.5.8.2 Rendimiento Sobre Activos (ROA)

Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

**Tabla 70.** Rendimiento Sobre Activos

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$
ROA=	$\frac{6304.67}{11738.37}$
ROA=	<b>0.54</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 54%, esto significa que los activos nos generan una buena rentabilidad.

### 5.5.8.3 Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital (ROE)

Mide la rentabilidad que se obtiene sobre el patrimonio de la empresa

**Tabla 71.** Rendimiento Sobre el Patrimonio

<b>ROE=</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$
<b>ROE=</b>	$\frac{6304.67}{11738.37}$
<b>ROE=</b>	<b>0.54</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

## Análisis

La rentabilidad sobre el patrimonio o capital contable es del 54%, esto quiere decir que el capital contable crecerá.

### 5.5.8.4 Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la inversión.

**Tabla 72.** Rendimiento sobre la inversión

ROI=	Utilidad Neta
	Inversión
ROI=	6304.67
	11738.37
<b>ROI=</b>	<b>0.54</b>

*Fuente: Estudio financiero*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

### **Análisis**

El rendimiento sobre la inversión es del 54%, este nos indica que está dentro de los parámetros establecidos.

## CAPITULO VI

### 6. Análisis de Impacto

El análisis de impacto se sustenta en una acción realizada en el medio ambiente en distintas áreas o ámbitos que genere un proyecto en el contexto del mismo.

#### 6.1 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto causado por la actividad humana en el medio ambiente, la ecología que estudia la relación entre los seres vivos y el ambiente se encarga de realizar estudios en dichos impactos y poder minimizarlos.

En la microempresa “Pet Zone” se determinó que tiene un impacto ambiental medio, ya que al comercializar los productos de mascotas se van a utilizar fundas plásticas que están hechas a base del petróleo, colorantes y polietileno.

El objetivo del proyecto es preservar el medio ambiente para esto de utilizar bolsas ecológicas que están realizadas a base de raíz de yuca y resinas que hacen una combinación diferente a otras y resulta 100% beneficioso para el ambiente.

#### 6.2 Impacto Económico

El impacto económico del proyecto es generar nuevas fuentes de empleo generando estabilidad a los habitantes, también brindar bienestar económico a los proveedores de los productos, agencias de publicidad, negocios cercanos ya que se contara con mejores descuentos.

### **6.3 Impacto Productivo**

El impacto productivo en la microempresa Pet Zone no existiría, porque no contará con un proceso productivo, solo comercial.

### **6.4 Impacto Social**

El impacto social del proyecto es positivo ya que en el sector donde va a estar ubicado no hay mucha competencia, adicional vamos a generar empleo que ayude a la calidad de vida de las personas que laboren en la microempresa

## CAPITULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

Como conclusión del presente trabajo se puede indicar que en el país existen diferentes fuentes de ingresos económicos, y más cuando son negocios de emprendimientos ya que estos generan ingresos a otras empresas y dan estabilidad laboral, incluso se ingresa productos nuevos al mercado para mayor beneficio de los seres humanos.

Debemos tener en cuenta que la empresa puede crecer más con las ventas que se realice, adquiriendo nuevos productos innovadores para los clientes, con esto se puede obtener un nuevo capital y así poder invertir más en mercadería, para esto es recomendable tener buena comunicación con los proveedores para que nos recomienden productos nuevos y poder comercializarlos.

#### 7.2 Recomendaciones

Se recomienda realizar un estudio previo antes de implementar el negocio, y ver si el proyecto es viable y puede tener acogida por parte de las personas y así evitar futuros problemas en la inversión que se realice.

Realizar negociaciones previas con los proveedores para la adquisición de los productos y no tener inconvenientes en las fechas de entrega y sobre todo llegar a un acuerdo en los pagos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Actualicese. (10 de Diciembre de 2015). Obtenido de Actualicese:

<https://actualicese.com/2015/12/10/capital-de-trabajo/>

Arturo. (21 de Junio de 2014). *CreceNegocios*. Obtenido de

<https://www.crecenegocios.com/analisis-externo-oportunidades-y-amenazas/>

Carretero, A. (05 de Mayo de 2015). *Mundo Perros*. Obtenido de

<https://www.mundoperros.es/historia-de-la-industria-de-pienso-para-mascotas/>

estrategica, I. (23 de Diciembre de 2016). *Escuela Europea de Management*. Obtenido de

<http://www.escuelamanagement.eu/innovacion-estrategica/como-analizar-los-factores-tecnologicos-de-una-empresa>

Excelencia, M. D. (26 de Marzo de 2015). *Isootols*. Obtenido de

<https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>

Financiera, E. (15 de Mayo de 2017). *BBVA*. Obtenido de [https://www.bbva.com/es/que-](https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/)

[es-la-inversion/](https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/)

Martin, J. (21 de Febrero de 2018). *Cerem*. Obtenido de [https://www.cerem.ec/blog/claves-](https://www.cerem.ec/blog/claves-para-hacer-un-buen-dafo-o-foda)

[para-hacer-un-buen-dafo-o-foda](https://www.cerem.ec/blog/claves-para-hacer-un-buen-dafo-o-foda)

---

*Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. (11 de Octubre de 2017). Obtenido de

[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Plan, P. (01 de 05 de 2017). *Mascoters*. Recuperado el 14 de 07 de 2018, de

<https://www.mascoters.com/purina-pro-plan-adult-7-longevis-pollo-1-5-kg/518#>

## ANEXOS



### **Anexo 1. Percha**

*Fuente: Estudio de factibilidad*

*Elaborado por: Denis Mantilla*

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

**CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA**

Buenos días/tardes mi nombre es Denis Mantilla estudiante del Instituto Cordillera de la carrera de Administración, estoy realizando unas encuestas, por lo cual considero que su opinión es importante para mi tema de investigación.

**Objetivo**

La presenta encuesta está dirigida a hombres y mujeres del sector Rumiñahui norte de Quito con la finalidad de conocer la aceptación que va a tener la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de alimentos para mascotas con vitaminas de longevis y optistar.

**DATOS**

Genero

Masculino

Femenino

1. Rango de edad

De 12 a 18 años

De 31 a 65 años

De 19 a 30 años

De 65 años en adelante

2. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de alimentos para mascotas con vitaminas de longevis y optistart?

SI

NO

3. ¿Conoce usted sobre las vitaminas que tienen los alimentos para las mascotas?

SI

NO

DN

4. ¿Con que frecuencia compra alimento para mascotas?

Diario  Quincenal   
 Semanal  Mensual

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un kilo de alimento para mascota con vitaminas de longevis y optistar?

\$2.00-\$3.00  \$6.00-\$7.00   
 \$4.00-\$5.00  \$7.00 en adelante

6. ¿Está usted de acuerdo con los precios y productos que ofrece la competencia?

SI  NO

7. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Supermercados  Mercado   
 Tiendas  Otros

8. ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un producto?

Precio  Tamaño   
 Presentación  Todas

9. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de la empresa y sus productos?

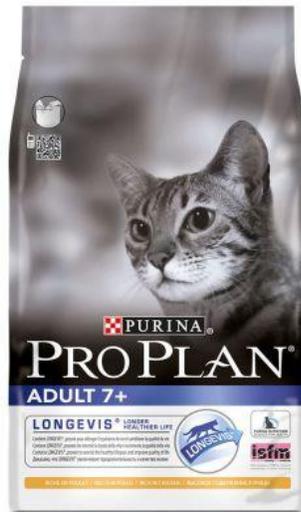
Redes sociales  Prensa   
 Publicidad  Otros

**Muchas gracias por su colaboración**

**Anexo 2.** Modelo Encuesta  
**Fuente:** Estudio de factibilidad  
**Elaborado por:** Denis Mantilla



**Anexo 3.** Línea de producto Pro Plan a distribuir  
*Fuente: Estudio de factibilidad*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Anexo 4.** Línea de producto Pro Plan a distribuir  
*Fuente: Estudio de factibilidad*  
*Elaborado por: Denis Mantilla*



**Anexo 5.** Línea de producto a distribuir

**Fuente:** Estudio de factibilidad

**Elaborado por:** Denis Mantilla

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: TRABAJO DE TITULACION 2.pdf (D43081115)  
Submitted: 10/26/2018 12:13:00 AM  
Submitted By: dennisf\_14@hotmail.com  
Significance: 6 %

### Sources included in the report:

Jose carmona-proyecto final.pdf (D30272592)  
tesis de queso de chocho.pdf (D38982891)  
Luis Ponce.pdf (D30274120)

### Instances where selected sources appear:

7

A handwritten signature in blue ink, which appears to be "Germaín Morillo". Below the signature, the name "Ing. Germaín Morillo" is printed in a matching blue color.



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA**

**ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA**

**ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **MANTILLA DELGADO DENIS FABIAN**, portador de la cédula de identidad N° 1724476484, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 14 de noviembre de 2018

  
Sra. Mariela Balsoca

**CAJA**  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

  
BIBLIOTECA

Ing. William Parra  
BIBLIOTECA

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

14 NOV 2018  
9,36 *YES*  
COORDINACIÓN

Ing. Samira Villalba  
**PRÁCTICAS PREPROFESIONALES**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

14 NOV 2018

Ing. María Fernanda Burga  
DIRECTOR DE CARRERA

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

  
Srta. Cristina Chuqui

SECRETARÍA ACADÉMICA