



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

**PROYECTO PREFACTIBILIDAD EN LA ELABORACIÓN DE CASAS
TÉRMICAS PARA MASCOTAS PARA DETERMINAR SU RENTABILIDAD
FINANCIERA EN EL CANTÓN GUAYAQUIL.**

Tutor:

Ing. Adriana Anaíz Párraga Monar Mgs.

Autores:

Silva Ojeda Daniel Alexander

Tomalá Tolozano Teresa Piedad

PORTOVIEJO – MANABI – ECUADOR

AÑO

2020

Certificado del Tutor de Titulación

Ing. Adriana Anaíz Párraga Monar Mgs, en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados, Silva Ojeda Daniel Alexander y Tomalá Tolozano Teresa Piedad son autores de la Tesis de Grado titulada: “PROYECTO PREFACTIBILIDAD EN LA ELABORACIÓN DE CASAS TÉRMICAS PARA MASCOTAS PARA DETERMINAR SU RENTABILIDAD FINANCIERA EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Adriana Anaíz Parraga Monar Mgs.

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “PROYECTO PREFACTIBILIDAD EN LA ELABORACIÓN DE CASAS TÉRMICAS PARA MASCOTAS PARA DETERMINAR SU RENTABILIDAD FINANCIERA EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”, presentado por los egresados Silva Ojeda Daniel Alexander y Tomalá Tolozano Teresa Piedad, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.

Coordinadora de la carrera

Ing. Adriana Párraga Monar Mgs.

Tutora trabajo investigación

Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs.

Miembro del tribunal

Ing. Lizbeth Karen Sánchez León, Mgs.

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Silva Ojeda Daniel Alexander y Tomalá Tolozano Teresa Piedad, autores de este trabajo de titulación denominado “PROYECTO PREFACTIBILIDAD EN LA ELABORACIÓN DE CASAS TÉRMICAS PARA MASCOTAS PARA DETERMINAR SU RENTABILIDAD FINANCIERA EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Ingeniera en Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Daniel Alexander Silva Ojeda

CC: 0931418685

**Egresado de la carrera de
Ingeniería en Gestión Empresarial**

Teresa Piedad Tomalá Tolozano

CC: 0931528004

**Egresada de la carrera de
Ingeniería en Gestión Empresarial**

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento especial mi Madre y mi Padre que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad San Gregorio de Portoviejo, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad, a toda la Facultad de Gestión empresarial, a mis profesores, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Daniel Alexander Silva Ojeda

Agradecimiento

A Dios, por haberme dado la salud y la bondad de conocer un nuevo mañana, por permitirme alcanzar un objetivo más.

A las instituciones educativas involucradas, la Universidad San Gregorio de Portoviejo y el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología por otorgarnos profesionales de élite académico y demostrar un gran profesionalismo y solidaridad ante cualquier inquietud imprevista.

A mis futuros colegas, quienes han sido mis compañeros y han convertido este propósito en un proceso maravilloso.

A mis docentes, quienes transmitieron sus conocimientos con pasión y entrega en el aula de clase. Siempre alentándonos a conseguir una meta más.

A mi tutora, le agradezco infinitamente la paciencia, profesionalismo que ha demostrado en todo el proceso de la carrera y elaboración de la investigación.

Teresa Piedad Tomalá Tolozano

Dedicatoria

A mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Daniel Alexander Silva Ojeda

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Es un gran orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Teresa Piedad Tomalá Tolozano

Resumen

El Proyecto es de prefactibilidad para la creación de una microempresa “Superpatitas House”. El objetivo de la investigación es crear una microempresa en Guayaquil que se dedique a la fabricación y comercialización de casas térmicas, estará ubicada en Padre Solano y Mendiburo esquina. Se realiza el proceso de toma de encuestas e investigación de mercado en la Urbanización la Romareda Tercera etapa, actualmente no existen empresas que se dediquen a la misma actividad comercial. Y queremos aprovechar nuestros ahorros para ejecutar el proyecto, mostrar y ofrecer nuestros productos a los residentes del sector.

Se ofrecerán diferentes tamaños, beneficios y valores para captar la atención de los clientes potenciales, también contaremos con servicio de atención al cliente y de instalación, para mantener contacto directo con los clientes. También se realizó comparaciones de precios para poder competir con las empresas ya posesionadas en el mercado y se espera en un futuro crecer como empresa y también como emprendedores elaborando nosotros mismos nuestros productos.

Palabras claves: Casas, mascotas, térmico, temperatura, mercado

Abstract

The Project is prefeasible for the creation of a micro-company "Superpatitas House". The objective of the investigations is to create a microenterprise in Guayaquil that is dedicated to the manufacture and research of thermal houses in Padre Solano and corner Mendiburo. The survey and market research process are carried out in the La Romareda Urbanization Third stage, currently there are no companies engaged in the same commercial activity. And we want to use our savings to execute the Project and show our products to the residents of the sector. If you offer different sizes, benefits and values in order to capture the attention of different potential customer customers, then we also contact the customer service and installation service in order to have direct contact with customers. Price comparisons were also made in order to be able to compete with companies and possessions in the market and it is expected in the future to grow as a company and also as entrepreneurs and to be able to produce our product ourselves.

Keywords: Houses, pets, thermal, temperature, market

Tabla de contenido

Contenidos	Páginas
Certificado del Tutor de Titulación.....	i
Certificado del tribunal	ii
Declaración de autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	vi
Dedicatoria	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Lista de tablas.....	xvi
Tabla de figuras.....	xix
Introducción	xxi
Capítulo I.....	1
1. Problematización	1
1.1 Tema	1
1.2 Antecedentes Generales.....	5
1.4 Planteamiento del problema	8
1.5 Preguntas de la investigación.....	13

1.6 Delimitación del problema	14
1.7 Justificación	14
1.8 Objetivos.....	19
1.8.1 Objetivo General	19
1.8.2 Objetivos específicos	19
1.9 Conclusión	20
Capítulo II	21
2 Contextualización	21
2.1 Marco Teórico	21
2.1.1 Estudio de mercado	37
2.1.2 Estudio técnico	42
2.1.3 Estudio Organizacional	44
2.1.4 Estudio Financiero	48
2.1.5 Estudio Económico	53
Marco Referencial	56
2.2 Marco Conceptual.....	62
2.3 Variables	69
2.3.2 Variables Dependiente.....	69
2.3.1 Variable Independiente	71
Tabla 1 Variable independiente	71
Variable independiente	71
2.6 Operacionalización de las variables.....	72

2.7 Conclusión	72
Capítulo III	73
3 Marco Metodológico	73
3.1 Plan de Investigación	73
3.3 Fuentes de Información	74
3.3.1 Fuentes Primarias	74
3.3.2 Fuentes Secundarias	75
3.4 Población	75
Población Finita	76
Población Infinita	76
3.5 Tamaño de la Muestra	76
Muestreo.....	77
3.6 Conclusión	79
Capítulo IV	81
4. Formulación del Proyecto.....	81
4.1. Análisis e interpretación de resultados	81
4.1.1 Interpretación de los resultados.....	82
4.2 Estudio de Mercado	101
4.2.1 Microambiente	102
4.2.2 Macroambiente.....	103
4.2.3 Oferta	104
4.2.4 La Demanda	105

4.2.5 Demanda insatisfecha	106
4.2.6 Producto	106
4.2.7 Precio	112
4.2.8 Comercialización	116
4.2.9. Promoción	128
4.3. Estudio Técnico	128
4.3.1 Dimensión y características	129
4.3.3 Tecnología del proceso productivo.....	140
4.3.2 Ingeniería del proyecto.....	141
4.3.3 Maquinarias y Equipos.....	152
4.4 Estudio Administrativo	153
4.4.1 Análisis situacional	154
4.4.2 Organigrama.....	160
4.4.3 Funciones de Talento Humano	160
Rol.....	186
4.5 Estudio Legal	188
4.5.1 Tipo de empresa.....	189
Trámites de legalización	191
Trámite legal	195
4.6 Conclusión	197
Capítulo V	199
5.Propuesta.....	199

5.1 Título de la propuesta	199
5.2 Autores de la propuesta	199
5.3 Empresa auspiciante	199
5.4 Áreas que cubre la propuesta	199
5.5 Fecha de presentación.....	199
5.6 Fecha de terminación	199
5.7 Duración del proyecto.....	200
5.8 Participantes del proyecto.....	200
5.9 Objetivo general de la propuesta	200
5.10 Objetivos específicos	200
5.11 Beneficiarios directos	201
5.12 Beneficiarios indirectos	201
5.13 Impacto de la propuesta	201
5.14 Descripción de la propuesta.....	201
5.14.1 Ingresos.....	202
5.14.2 Costos de materiales directos.....	204
5.14.3 Préstamo del proyecto (tabla de amortización)	208
5.14.4 Estados Financieros	210
5.14.5 Flujo de Caja.....	212
5.14.6 Evaluación Económica	214
5.14.7 Evaluación Financiera	214
5.14.8 Relacion beneficio – costo.....	215

5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión.....	216
5.14.10 Analisis de sensibilidad	216
5.15 Importancia	217
5.16 Metas del proyecto.....	217
5.17 Finalidad de la propuesta	219
5.18 Conclusión	219
Referencias	225
Apéndices	221
Apéndice A Encuesta.....	221
Apéndice B Entrevista	225
Apéndice C Examen Psicosenométrico Reclutamiento del Personal.....	234
Apéndice D Test de Vulnerabilidad al Estrés. / Superpatitas House.....	236
Resumen: Estrategia de calificación IDARE.....	245
Apéndice E Ficha de ingreso de personal	251
Apéndice F Contrato de trabajo indefinido	252
Apéndice G Equipos Tecnológicos	254
Apéndice H Equipos de Oficina	258

Lista de tablas

Tabla 1 Variable independiente.....	71
Tabla 2 <i>Tabla conceptualización de las variables</i>	72
Tabla 3 <i>Características</i>	74
Tabla 4 <i>Localidad</i>	76
Tabla 5 <i>Muestra</i>	77
Tabla 6 <i>Sistemática</i>	78
Tabla 7 <i>Adquisición</i>	83
Tabla 8 <i>Mercado</i>	84
Tabla 9 <i>Consumidores</i>	85
Tabla 10 <i>Pelaje</i>	86
Tabla 11 <i>Compra</i>	87
Tabla 12 <i>Beneficios</i>	88
Tabla 13 <i>Tamaño</i>	89
Tabla 14 <i>Precios</i>	90
Tabla 15 <i>Sector</i>	91
Tabla 16 <i>Camas</i>	92
Tabla 17 <i>Precio Referencial</i>	111
Tabla 18 <i>Precios de competencias</i>	113
Tabla 19 <i>Empresas públicas y privadas de la zona</i>	114

Tabla 20 <i>Información de los estados financieros de las compañías</i>	115
Tabla 21 <i>Empresas Proveedoras</i>	117
Tabla 22 <i>Valor Añadido</i>	120
Tabla 23 <i>Plan de publicaciones orgánicas para el mes de enero del 2020</i>	121
Tabla 24 <i>Plan de publicaciones para el mes de marzo del 2020</i>	122
Tabla 25 <i>Plan de publicaciones orgánicas para el mes de marzo del 2020</i>	122
Tabla 26 <i>Presupuesto de campaña publicitaria</i>	127
Tabla 27 <i>Redes Sociales</i>	127
Tabla 28 <i>Cuadro de Áreas Superpatitas House</i>	131
Tabla 29 <i>Insumos de House</i>	133
Tabla 30 <i>Equipos de Oficina</i>	134
Tabla 31 <i>Publicidad</i>	135
Tabla 32 <i>Sellos</i>	136
Tabla 33 <i>Publicidad</i>	136
Tabla 34 <i>Herramientas</i>	138
Tabla 35 <i>Madera</i>	139
Tabla 36 <i>Equipos Tecnológicos</i>	140
Tabla 37 <i>Programas</i>	141
Tabla 38 <i>Profesiograma del Administrador 1</i>	162
Tabla 39 <i>Profesiograma del Administrador 2</i>	165
Tabla 40 <i>Supervisor de producción 1</i>	168
Tabla 41 <i>Operarios</i>	171

Tabla 42 Recepcionistas	174
Tabla 43 <i>Descripción del proceso del reclutamiento y selección de personal</i> <i>Descripción del proceso del reclutamiento y selección de personal</i>	177
Tabla 44 <i>Rango de medidas de aprobación Examen</i>	184
Tabla 45 <i>Rol ouse</i>	186
Tabla 46 <i>Trámites de legalización</i>	191
Tabla 47 ventas anuales.....	203
Tabla 48 Costo de Operación (MPD).....	205
Tabla 49 Costo de venta unitario por producto	207
Tabla 50 Tabla de Amortización anual	208
Tabla 51 Tabla de Préstamo Bancario.....	209
Tabla 52 Estado de Situación Financiera Proyectado	211
Tabla 53 Flujo de Caja Proyectado	213
Tabla 54 Evaluación Económica.....	214
Tabla 55 Determinación Económica del VAN y del TIR	215
Tabla 56 Relación de beneficio - costo	215
Tabla 57 Tiempo de recuperación de la inversión	216
Tabla 58 Análisis de Sensibilidad	217

Tabla de figuras

<i>Figura 1.</i> Estudio de factibilidad dentro del ciclo proyectado	24
<i>Figura 2.</i> Adquisición de casa térmica.....	83
<i>Figura 3.</i> Mercado de casa térmica	84
<i>Figura 4.</i> Valor por compra de casa térmica.....	85
<i>Figura 5.</i> Pelaje de mascota	86
<i>Figura 6.</i> Frecuencia de casa térmica.....	87
<i>Figura 7.</i> Importancia de beneficios casa térmica	88
<i>Figura 8.</i> Tamaño de mascota.....	89
<i>Figura 9.</i> Importancia del precio de casa térmica	90
<i>Figura 10.</i> Casas térmicas en tiendas y veterinarias	91
<i>Figura 11.</i> Lugar donde duermen las mascotas	92
<i>Figura 12.</i> Instalaciones de Superpatitas House	102
<i>Figura 13.</i> Macro ambiente.....	103
<i>Figura 14.</i> Marca "Superpatitas House"	108
<i>Figura 15.</i> Distribución geográfica	115
<i>Figura 16.</i> Camisa polo con logo del negocio	123
<i>Figura 17.</i> Gorra Publicitaria	123
<i>Figura 18.</i> Botones publicitarios uniforme	123
<i>Figura 19.</i> Agenda Publicitarias	124
<i>Figura 20.</i> Tarjeta de Presentación	124
<i>Figura 21.</i> Pelotas para clientes	125
<i>Figura 22.</i> Modelo referencia-Casa Térmica	125

<i>Figura 23.</i> Redes Sociales Facebook	126
<i>Figura 24.</i> Redes Sociales Instagram.....	126
<i>Figura 25.</i> Simbología	131
<i>Figura 26.</i> Medidas Mobiliarios Superpatitas House	132
<i>Figura 27.</i> Área de Producción	137
<i>Figura 28.</i> Área de Parqueo	139
<i>Figura 29.</i> Estructura Organizacional Vertical Superpatitas House	160
<i>Figura 30.</i> Diagrama de Flujo Recepción de personal.....	177
<i>Figura 31.</i> Diagrama de flujo por Proceso de inducción	182
<i>Figura 32.</i> Roles de pago	187
<i>Figura 33.</i> Ficha de requisitos representante legal del RUC	196
<i>Figura 34.</i> Ficha de requisitos representante legal del RUC	196

Introducción

El presente trabajo de investigación “Proyecto prefactibilidad en la elaboración de casas térmicas para mascotas para determinar su rentabilidad financiera en el catón Guayaquil” es una propuesta con un impacto positivo en la sociedad que busca mejorar la calidad de vida de las mascotas.

La presente tesis está dividida en cinco capítulos, se determinó la problematización de la investigación, los objetivos, justificación e importancia. Se desarrolló el marco teórico, donde se presentan los antecedentes, la base teórica relacionada con el problema y las definiciones conceptuales.

De igual forma se presentó el capítulo cuatro, en el cual se menciona el tipo de estudio de mercado, oferta, demanda, producto, precio, comercialización y promoción, mediante este estudio se logró determinar, que las casas térmicas van dirigidas a los consumidores que tengan mascotas en los hogares o departamentos para aquellos que consideren que los canes son parte de la familia y cuiden el bienestar de sus mascotas, debido a los cambios climáticos que se presentan en Guayaquil.

Así mismo se desarrolla en la propuesta los estados financieros, en el capítulo cinco, se desarrolla la información financiera del proyecto de las casas térmicas, la estructura de las tablas financieras y el esquema del modelo de inversión proyectada a cinco años, para determinar los resultados.

Finalmente se presentan las conclusiones en cada capítulo y la respectiva referencia bibliográfica.

Capítulo I

1. Problematización

1.1 Tema

“Los fósiles más arcaicos de perros proceden de Europa Occidental y Siberia, y se creen que al menos poseen 15,000 años. Por el reverso, los de Medio Oriente y Asia del Este se cree que tienen una antigüedad de 13,000 años los fósiles más arcaicos de perros” (Gza, s.f.; Clutton-Brock, 2002).

“El aparente más común es que algunos cazadores y recolectores de pieles hallaron algunos cachorros de lobo y los adoptaron. Con el tiempo, estos lobos domesticados demostraron su destreza en la caza, por lo que los seres humanos los conservaron alrededor de la fogata hasta que se convirtieron en perros” (Gza, s.f.; Navarrete Pérez, 2004).

Sin embargo, algunos peritos señalan que los seres humanos tienen una larga historia sobre la erradicación de los lobos, en lugar de tratar a adoptarlos. En los últimos siglos, casi todas las culturas han cazado lobos hasta su extinción. Según publicaciones especializadas, el primer registro escrito de la persecución del lobo fue en el siglo VI antes de Cristo cuando Solón de Atenas ofreció una recompensa por cada piel de lobo. El último lobo murió en Inglaterra en el siglo XVI bajo las órdenes de Enrique VII (Gza, s.f.).

Los lobos norteamericanos no estaban exentos, se considera que, en 1930, no existía un lobo vivo en las extensas regiones de los Estados Unidos. Entonces: ¿Cómo esta criatura misteriosa para los seres humanos se transformó en un perro doméstico? Se cree que la victoria de los perros se sujeta a la supervivencia de los más agradables. Probablemente los lobos fueron quienes se aproximaron a nosotros,

casualmente puede haber sucedido cuando estaban alrededor de los basureros en las afueras de los asentamientos humanos. Los lobos que se mostraron agresivos habrían sido exterminados por el hombre, esta teoría revela que solamente aquellos lobos que eran amigables y sociables habrían sido tolerados (Gza, s.f.).

La delicadeza ocasionó situaciones extrañas con los lobos, se inició una relación diferente como el compartir el hogar a cambio de abrigo y alimento. Varias generaciones de estos lobos amigables habrían conseguido ser diferentes a las generaciones más agresivas. Estos los cambios no solamente fueron en sus aspectos físicos, sino que también sucedieron en su psicología, de tal forma que evolucionó su capacidad para leer los gestos humanos, destacando incluso a los chimpancés; los perros se asemejan a los bebés humanos por la forma que llevan su relación con sus dueños. (Gza, s.f.).

En España, casi el 40% de personas tienen mascotas. Las casetas para perros, hechas son elaboradas de madera de buena calidad, duran por muchos años y son ideales para colocarlas en el techo, en el patio o en el jardín o en una habitación. No importa donde lo ubiques siempre, estas se adaptan a cualquier lugar. Lo importante es que tu perro tenga una caseta para que descanse cuando quiera, gran parte de la Península Ibérica está experimentando temperaturas bajo cero, por tanto, mantenerse caliente a las mascotas es una prioridad.

Los perros de tamaño pequeño y mediano se enfrentan a riesgos de clima frío cuando las temperaturas bajan a 4°C. Los perros más grandes pueden resistir un poco más, pero todos los dueños de estos animales de compañía deben tener precaución y hacer paseos breves una vez que el termómetro alcance el negativo -1°C. Pero los

abrigos caninos, como suéteres o chaquetas, pueden prolongar de forma segura las escapadas.

Durante el invierno, los perros que duermen a la intemperie deben contar con un espacio protegido. Este lugar debe estar protegido del viento, la lluvia o la nieve. También se puede utilizar serrín o cobijas para mantener el calor y controlar la humedad, cuando la temperatura es extrema, lo mejor es que el perro duerma dentro de la casa.

Algunas casitas pueden ser usadas por cualquier mascota, como: perros; gatos, conejos y también por hurones. El precio de determinadas casas para perros que incluyen aire acondicionado es \$515 dólares y el consumo mensual de energía sería entre siete dólares o \$10 dólares. Una vez dentro el animal, no tiene opción de salir ya que se cierra herméticamente para que la temperatura se mantenga, muchos japoneses se han interesado por ella, y consideran que este tipo de caseta es un verdadero alivio para sus sufridas y acaloradas mascotas (El Diario, 2013).

En Japón, la mayoría de las mascotas, suelen ser perros y gatos. En el caso de los perros, la tendencia en los últimos años, ha sido hacia las razas pequeñas las cuales se pueden mantener con facilidad dentro de casa. A pesar de ello, a la gente aún le siguen gustando los de la raza Shiba, una raza originaria de Japón, son más grandes que los Terriers u otras razas más pequeñas de otros países. La raza Shiba es parecida a un zorro, pero es muy inteligente y encantador (Azuma, 2007).

La compañía japonesa MRT presentó una pequeña casita para mascotas que puede controlar la temperatura, sus medidas aproximadas son de 40 por 40

centímetros, tienen colores diferentes (desde el azul o rosa y hasta remedo de madera), temperatura interior se puede cambiar de 10 a 40 grados centígrados, dependiendo las necesidades del perro (El Diario, 2013).

En Panamá, lanzaron a la venta casa para mascotas con aire acondicionado, no solo porque las personas están sufriendo de la ola de calor, sino también las mascotas, pero para situaciones como esta, una empresa realizó un proyecto de una pequeña casa para perros cuya temperatura puede ser controlada, los perros no transpiran, eliminan el calor mediante el jadeo, el sudor solamente a través de las almohadillas de los pies y en la áreas de poco pelo, como el vientre, entonces caminar debajo del sol es mortal e irreversible, los cuales lo dueños de mascotas desean prevenir el golpe de calor para sus mascotas, los síntomas del golpe de calor deberían desaparecer cuando la temperatura de la mascota vuelva a la normalidad unos 39° Douglas,(2019).

“En Estados Unidos, el promedio de perros en los hogares es superior al de los gatos: en EE.UU., el 36% de los hogares tienen perros; y el 30% gatos.” (García Campos, 2019).

Una tienda esquinera en Brooklyn, vendavales helados del East River enredaron los mandados matutinos de las personas, Key Prieto abrió la puerta de una casa para perros de alta tecnología llamada DogSpot, las mismas ofrecen refugio seguro y limpio para los cachorros que van de paseo con sus dueños y estos tienen que entrar a algún negocio en el que prohíben el ingreso a los perros, una alternativa es dejar a las mascotas amarradas o en el auto, Fabricadas en Nuevo Hampshire, las estructuras también tienen aire acondicionado, están ventiladas y son auto-higienizantes (Briggs, 2019).

Los compradores descargan la aplicación gratuita DogSpot, esta les permite situar y reservar casas para perros locales de DogSpot, con un mapa digital. Cuando el cliente llega con su cachorro, ellos desbloquean la puerta con una aplicación o cuando tocan el sensor de la casa con su tarjeta de miembro habilitada con RFID (Briggs, 2019).

Los interesados compran tiempo por el valor de 30 centavos el minuto hasta por 90 minutos. (Las sesiones duran aproximadamente 15 minutos). El animal ingresa, la puerta del refugio se cierra, esta cuenta con suficiente espacio para hospedar perros de hasta 100 libras (alrededor de 45 kilogramos) Briggs, (2019).

Los usuarios pueden observar a los cachorros a través de una cámara que se ubica en el interior de la casa para perros, monitorear la temperatura al interior de la estructura aislada y dar seguimiento al tiempo restante, información que es transmitida a la nube y a su dispositivo móvil Briggs, (2019).

Cuando los usuarios terminan sus tareas, pueden cerrar la sesión a través de la aplicación. La puerta se desbloquea solamente con la presencia del usuario. Luego, luces ultravioletas de hospital inundan el piso y las paredes para envenenar cualquier bacteria, hongos y virus, incluido el del parvovirus. (Las unidades también se limpian a mano, cuando sea necesario, cada día) Briggs, (2019).

1.2 Antecedentes Generales

En Colombia, las casas para mascotas son elaboradas con plástico 100% reciclado. Nuestra casa para mascotas (perros y gatos de razas pequeñas) puede ser usada tanto al interior como al exterior. Tiene un diseño moderno que se ajusta a cualquier espacio, las dimensiones son: $69 \times 44 \times 44$ m (largo, alto, ancho), gran

parte de la Península Ibérica está experimentando temperaturas bajo cero, por tanto, mantenerse caliente a las mascotas al momento de descansar es una prioridad.

En México, las casas para mascotas son completamente de plástica segura estable y cómoda para las mascotas. Muy fácil de armar (no requiere herramientas). Ideal para usar en terrazas patios garajes o exteriores. No se oxida, 100 polipropileno con protección UV. Tamaño ideal para la mayoría de perros de raza mediana. Piso elevado del suelo para aislar y mantener seco al perro, las temperaturas en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) ya sobrepasan los 30 grados centígrados. El calor comienza a incrementar, el clima ardiente provoca que tomemos medidas para disminuir el impacto. Los resultados de altas temperaturas también las puede padecer nuestro animal de compañía como lo es un perro o un gato. En principio es necesario que no exponamos al animal de manera prolongada a las condiciones del calor.

En Perú, Liliana Jiménez tuvo una gran idea: sumarse al número de vendedores de casas prefabricadas de Puente Piedra. Con el tiempo, se convirtió en fabricante y hoy ha encontrado el éxito con la elaboración y venta de casitas para perros en Lima Norte, teniendo como idea que los perritos también tengan un techo y todas las comodidades. Los parásitos son capaces de subsistir también durante los meses más fríos del año, y sabemos que los parásitos son fuentes de enfermedades tanto para las mascotas como para sus propietarios, el cambio de clima que se viene presentando. En Perú, es cada vez más notorio las bajas temperaturas y la humedad, que suelen afectar, no solo la salud de las personas, sino también la de nuestras mascotas, que están propensas a contraer diferentes enfermedades (Trome, 2016).

En Ecuador, las temperaturas altas que se sienten en esta época del año son en la ciudad de Guayaquil que afectan no sólo a las personas sino también a los animales.

Las mascotas pueden llegar a padecer de muchos inconvenientes cuando están expuestos al calor. Tanto perros como gatos sufren los azotes del calor, muchas veces más allá de lo que podrían soportar; la cantidad de pelo de las mascotas influye en este proceso, según la veterinaria guayaquileña Daniela Moreno, quien indicó en una entrevista del Diario Expreso de Guayaquil:

“Los más afectados son los cachorros, porque son pequeños y no tienen completamente desarrolladas algunas características para poder respirar como los animales adultos. También necesitan mayor cuidado los braquicéfalos (perros con nariz y hocico pequeño), que al enfrentarse con altas temperaturas no pueden oxigenar su cuerpo” (Extra, 2018).

La experta recomienda sacarlos a pasear entre 6:00 y 9:00, por las mañanas, y de 18:00 en adelante. Estas alteraciones climáticas hacen que crezca el número de parásitos, ya que estos siempre buscan un lugar caliente para habitar. Por ello se sumergen en el cuerpo de otros animales para subsistir, los perros tienen más dificultades que los humanos para reducir su temperatura corporal, por eso un golpe de calor puede dañar sus procesos fisiológicos vitales.

Muchas personas incrementan los cuidados de sus mascotas en la temporada invernal, ya que con la llegada de las lluvias son más frecuentes las enfermedades respiratorias y de piel, principalmente en los perros y no contar con un lugar que cumpla todo este requerimiento es perjudicial para el cuidado de las mascotas de compañía.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo cuantificar los costos de inversión en la elaboración de casas térmicas de mascotas, para la determinación de la rentabilidad financiera del producto, en la parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil, provincia del Guayas en el año 2019?

1.4 Planteamiento del problema

Las casas térmicas para mascotas, son productos que cubren necesidades de bienes animal, como también es un producto de innovación y tecnología para los dueños de mascotas, son diversos los enfoques sobre las necesidades básicas que deberían satisfacer la demanda.

De acuerdo con información actualizada del INEC, la Parroquia Tarqui perteneciente a la ciudad de Guayaquil cuenta con 1'050.826 habitantes, en esta parte de la población existe una demanda considerable a nivel general, y en el sector no existe alguna fábrica o comercializadora de casas térmicas, es en este lugar donde se originaría el proyecto, siendo su principal objetivo fructificar con base a esta necesidad.

El propósito de este proyecto de investigación es fundar una microempresa dedicada a fabricar y comercializar casas térmicas para mascotas, se realizó el estudio de mercado para conocer a la competencia, con el fin de contar con diferentes puntos de vista e información útil para conocer acerca de la demanda de este producto.

La propuesta es estar próximo para el comprador que desea sea adquirir este artículo a precios viables, porque mayormente se puede encontrar casas para

mascotas con precios excesivos; se busca comercializar este producto considerando las diferentes clases sociales que tiene la ciudad de Guayaquil

La principal actividad de la microempresa es fabricar casas térmicas para mascotas, los clientes contarán con un servicio personalizado, asesorando sobre la selección del producto que llegue a satisfacer las necesidades de nuestros clientes. En necesario contar con las herramientas necesarias para el desarrollo de esta labor, también hay que contar el personal preparado para la fabricación de las casas térmicas y para asesorar al cliente sobre el uso de tecnologías que contiene la casa.

La microempresa se desarrollaría en una industria competitiva, esta se diferenciará con asesoría y la calidad los productos que ofrecerá en el mercado esto es a lo que apostará este proyecto de prefactibilidad.

En ocasiones muchas de estas mascotas tienen autorización de sus dueños o amos para instalarse en sillones o hasta hay algunos que tienen su lugar de privilegio en los dormitorios, es muy importante que el perro tenga su propio territorio para que aprenda cuáles son los límites y, de esta manera, poder evitar posibles actitudes dominantes en el entorno familiar. En diversos países, por ejemplo, la expresión “anda a la cucha” es una orden muy habitual hacia los perros cuando sus dueños desean quitarlos del medio, ya sea por el hecho de recibir visitas o como forma de castigo.

Como bien resulta evidente, el rincón de nuestras mascotas debe cumplir ciertos requisitos básicos, entre ellos se encuentran: resguardarlos de las inclemencias del tiempo y brindarles seguridad y comodidad, para que el animal no sienta rechazo

hacia él. Es por ello que, en el rubro de las casetas para perros (cuchas), la oferta es muy amplia y ofrece desde productos tradicionales hasta los más innovadores.

Dentro de las diversas opciones más clásicas no se pueden dejar de mencionar a las conocidas cuchas que se instalan en los jardines, patios o terrazas, muchas de las cuales se caracterizan por tener un techo a dos aguas y estar fabricadas con madera o plástico macizo, entre otros materiales.

Para aquellos que deseen tener un producto algo más elegante, moderno y hasta amistoso con el medio ambiente, el mercado ofrece casas transportables (tipo bolso), estampadas, con formas de cualquier tipo de objetos, con calefacción por suelo radiante eléctrico y hasta con techo de plantas (estilo “macetas”), entre muchos otros.

Sin duda alguna, hoy en día hay una gran diversidad de productos pensados para que nuestros amigos perrunos puedan tener su propio lugar. Uno, como responsable de su animal, puede adquirir la que considere más apropiada, pero es sumamente necesario que tenga en cuenta ciertos aspectos a la hora de elegirla.

En este sentido, es fundamental orientar el hogar canino hacia el sur pero con la precaución de que la puerta de la cucha esté de frente a la entrada de la vivienda, que la caseta sea acorde a las dimensiones del animal para que pueda moverse con comodidad pero sin tener espacio sobrante para que en el interior de su casa pueda mantenerse el calor corporal de la mascota y, en caso de decidirse por una cucha de madera, optar por las resinosas debido a que su olor mantiene alejados a los parásitos.

Esta capacidad representa la comunicación sorprendente que podemos mantener con nuestros perros. Unos perros llegan a tener gran sintonía con sus dueños que

pueden recibir una orden solamente con un gesto tenue de sus dueños como el cambio en la dirección en el movimiento de los ojos con sus propietarios.

La necesidad de una cama cómoda para descansar como poseemos los seres humanos, los perros también requieren tener un rincón determinado en la casa para descansar, reposar y hasta para esconderse de sus dueños en caso de haber hecho alguna travesura. Estas casas la llaman cucas para perros o también conocidas como casetas a un pequeño habitáculo que se instala en espacios abiertos y sirve de refugio al perro doméstico. Tiene universalmente la forma de casa con techo a dos aguas y se recomienda que su tamaño sea proporcional al del animal que lo ocupa, por la excesiva pérdida de calor en caso de ser muy grande, o bien por falta de espacio en caso de ser muy pequeña.

El análisis busca realizar un proyecto de factibilidad para la elaboración de casas térmicas para mascotas, teniendo como visión satisfacer a los propietarios de mascotas para proteger al animal tanto de la humedad del suelo como de las grandes temperaturas son propicias para la proliferación de pulgas y garrapatas, que transmiten patologías parasitarias, por lo que las mascotas están propensas a estas enfermedades peligrosas y fatales para los animales como la piroplasmosis (anemia severa), la anaplasmosis (afecta al bazo, el hígado, los riñones, los ganglios linfáticos, a las articulaciones y al sistema nervioso), la microplasmosis (causa inflamaciones en las articulaciones y genera dificultad de movimiento) y las garrapatas transmiten otros parásitos que van directamente a la sangre la babesiosis es causada por el parásito intracelular Babesia, y el período de incubación entre la exposición y la aparición de los síntomas es de aproximadamente dos semanas, cuando se presentan los síntomas, pueden variar de leves a muy graves y pueden

incluir falta de energía, falta de apetito, debilidad, fiebre, palidez en las encías y lengua, orina de color naranja o rojo, heces descoloridas, pérdida de peso, inflamación de los ganglios linfáticos, esplenomegalia e ictericia y pueden tener otra complicación es la deshidratación provocada por la exposición prolonga de las mascotas al sol y la falta de agua fresca o un ambiente temporalizado pueden provocar problemas renales, deficiencias en la piel y caída del pelo, entre otras consecuencias, en vista de que en el medio ecuatoriano las mascotas, sobre todo los canes, suelen estar en las terrazas, patios o balcones los mismos que están expuestos al sol y hay mascotas que necesitan estar en ambientes fresco.

Mantener a las mascotas en un ambiente fresco es fundamental para su bienestar, ya que un golpe de calor en los perros podría ser mortal, las señales de advertencia incluyen: jadear en exceso, moverse lentamente, parecer aturdido o mareado y perder la conciencia, el cuerpo de los canes es muy diferente al de las personas, de hecho, mientras que nosotros sudamos y eliminamos el calor a través de la piel ellos no lo hacen. Alivian el calor mediante la respiración y a través de las glándulas sudoríparas de las almohadillas de las patas y la nariz, pero muchas veces no es suficiente y el calor puede afectarles muy negativamente.

En cuanto a tener a un animal encerrado en un espacio pequeño cuando hace mucho calor, le puede generar un shock térmico (asfixia) que incluso es posible que cause la muerte. El clima caluroso de ciertos lugares puede ser muy perjudicial para las mascotas. Los perros no están acostumbrados a pasar cantidad de calor como los humanos y no son tan eficientes a la hora de liberarlo. Además, debido a esto, conservan el calor más fácilmente, por eso es muy importante tratar el sobrecalentamiento en lugares abierto que no estén cubiertos.

Así como las personas tienen un espacio dentro de la casa, cama o en otra área fuera de la casa, las mascotas también necesitan contar con un lugar al que identifiquen como suyo y al que puedan recurrir cuando quieran descansar o dormir, muchas mascotas buscan la sombra junto a una casa, bajo un auto estacionado o colocarle en un lugar climatizado el cual pueda estar cómodo y no sufra golpes de calor.

En la ciudad de Guayaquil, donde el clima puede cambiar de un momento a otro, pasando del sol y lluvias, los perros se pueden ver afectados si no tienen un lugar donde abrigarse del sol o la lluvia, una casa resistente y cómoda debe siempre formar parte de los implementos que es obligatorio adquirir cuando recibimos un cachorro en casa.

El descuido de los dueños de mascotas, favorece la aparición de enfermedades como toxocariasis; son las que causan los mayores estragos en la salud de las mascotas. Es muy importante tener un lugar limpio y seco para que los canes pueden descansar y prevenir las enfermedades que se transmiten por las garrapatas, el descuido de las mascotas son comportamientos que causan dolor innecesario o estrés al animal. Los mismos van desde la negligencia de los dueños, es muy importante mantener un lugar limpieza en el lugar donde estará descansado el can.

1.5 Preguntas de la investigación

1. ¿Cómo analizar los costos de inversión en la elaboración de casas térmicas de mascotas?
2. ¿Cuáles son los procesos en la elaboración de casas térmicas de mascotas?

3. ¿Cómo se identifican las funciones específicas en la organización de las casas térmicas de mascotas?
4. ¿Por qué el estudio financiero determina la rentabilidad en la elaboración de casas térmicas de mascotas?

1.6 Delimitación del problema

Campo: Gestión empresarial.

Área: Financiera.

Aspectos: Costo inversión, rentabilidad financiera.

Tema: Proyecto de prefactibilidad en la elaboración de casas térmicas para mascotas, para determinar su rentabilidad financiera en el cantón Guayaquil.

Espacio: Parroquia Tarqui, Guayaquil, Urbanización la Romadera.

Tiempo: 2020.

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7 Justificación

El proyecto se considera como un impacto positivo para la sociedad porque ofrece un producto 100% ecuatoriano que aspira generar empleo como aspecto clave para el progreso del negocio y del país; adicionalmente posee la capacidad de crecer en un mercado complejo, como la industria canina.

En las últimas dos décadas se ha venido hablando del bienestar animal, en animales de producción y en animales de compañía, se han propuesto iniciativas,

políticas, reglamentos, acuerdos, etc., los cuales ya han sido aplicados en otros países. En el país es relativamente nuevo el estudio del bienestar animal.

Se ha creado conciencia de una manera paulatina, de que los animales, siendo seres vivos, tienen necesidades que deben ser satisfechas para que tengan una buena vida, tanto los destinados a la producción cuanto los animales de compañía. Estas necesidades están dirigidas a que el animal no padezca de hambre, sed, techo y que cuente con un espacio en el cual pueda desarrollarse con normalidad y demostrar su conducta propia, estar libre de incomodidad y gozar de buena salud.

En vista del poco impacto que tienen en la sociedad dichos temas, se vio la necesidad de investigar a qué se debe esta situación, los factores asociados y en qué nivel se encuentra actualmente la ciudadanía en cuanto a bienestar animal.

El desconocimiento de los propietarios de las mascotas sobre el bienestar animal está llevando a la sociedad a ser inconsciente, a tratar a los animales cruelmente; y la raíz de esto es que no existe localmente la suficiente investigación de este problema para establecer un plan de acción como la capacitación masiva de la población. A simple vista, observando perros abandonados en las calles, o perros en un nivel de descuido preocupante en las casas, se puede decir que no existe bienestar animal en gran parte de la ciudad, pero no se cuenta con una base científica para asegurarlo y llegar a otro tipo de instancias como promover leyes que establezcan derechos para los animales aparte de las pocas ya existentes y fomentar su cumplimiento.

Según se ha planteado:

“El bienestar animal es una ciencia que, basándose en la etología, la zoología, la fisiología y otras ciencias, intenta averiguar cómo afectan a los animales las condiciones ambientales que se le suministran, para intentar que puedan adaptarse a ellas de la mejor forma posible” (Solano León & Rivadeneira Idrovo, 2015).

Las casas para perros resultan de mucha importancia para la protección de nuestra mascota cuando está en el patio del hogar, sobre todo en los inviernos fríos y en los veranos calurosos, más allá del tipo de crianza que damos a nuestro perro, si vive dentro del hogar o afuera, una casa para perros es fundamental. Los materiales de construcción más populares en la construcción de perreras son el plástico y diferentes tipos de maderas, pero son mucho más resistentes las casas plásticas, porque son mucho más recomendables, al momento de adquirir una casa para mascotas debemos tener en cuenta las características climáticas de nuestra zona, si los inviernos son mucho más crudos que los veranos, pondremos mayor énfasis en encontrar la manera de que sea lo más cálida posible.

En el medio local y mundial se encuentran casas de perros elaboradas con formas tradicionales; madera, fibra, cemento y metal, se produce el interés de generar casas térmicas para perros utilizando materiales innovadores plasmando nuevos diseños.

Tomando en cuenta que dichas casas son elaboradas con madera, se presenta un deterioro en el medio ambiente debido al uso excesivo de este material, existiendo como alternativa otros elementos de construcción amigables con el medio ambiente, tal es el caso del hormigón, madera, colchonetas metalizadas y tejas asfáltica, ya que

es un material adaptable para fabricar varios productos entre ellos las casas térmicas de perros.

Los beneficiarios directos dentro de esta investigación son los perros, para llenar las expectativas de dichos animales, se debe tomar en cuenta los niveles de confort necesarios dentro de su lugar de su casa. Otros beneficiarios serán los dueños de las mascotas, ya que la meta de este proyecto es ofrecer un producto a bajo costo para la adquisición del mismo.

El análisis del proyecto de investigación que se presenta es de factibilidad, ya que el material se lo puede generar a bajo costo, existiendo varios proveedores de los elementos necesarios para la fabricación de las casas térmicas. Las casas para perros resultan de mucha importancia para la protección de nuestra mascota cuando está en el patio del hogar, sobre todo en los inviernos fríos y en los veranos calurosos. Más allá del tipo de crianza que damos a nuestro perro, si vive dentro del hogar o afuera, una casa para perros es fundamental. Está demostrado que el uso de elementos es uno de los medios más eficaces de carácter social donde la participación de las personas y de la comunidad.

La búsqueda de la solución al problema en la ciudad de Guayaquil en la urbanización la Romadera que tiene una población canina, radica principalmente en la concienciación sobre la importancia que tiene los animales que habitan en el sector. De esta manera, la propuesta es implementar casas para las mascotas y concienciar a la comunidad a tener mayor control sobre sus mascotas. las necesidades presentadas, determinará que tenga mayor sustento la elaboración o fabricación de casa térmicas para mascotas.

En la Urbanización la Romareda en el norte de Guayaquil se ofrecerá, a las personas interesadas en adquirir casas térmicas de garantías, seguridad y confiabilidad al momento de realizar esta adquisición incrementando así el número de clientes y asegurando su continuo crecimiento.

En la Viabilidad Administrativa se hará una selección del personal respectivo para poder llevar a cabo el servicio de ventas, tener el conocimiento y la capacitación necesaria para brindar este tipo de transacción comercial.

La Viabilidad Socio-Cultural de este emprendimiento está enfocado a posibles clientes de distintos estratos sociales ya sean casados con hijos, divorciados, solteros, jóvenes, niños, adultos profesionales y ejecutivos.

La Viabilidad Económica por ser un Análisis de factibilidad, posee viabilidad económica desde el punto de vista comercial subyacente de la demanda preexistente del sector, pues no existe un servicio de casa mascotas térmicas, se amparará esta necesidad, incidiendo como factor positivo que potenciará el porcentaje de la demanda, creando la posibilidad de ganar participación de mercado y segmentación.

La Viabilidad Financiera es la capacidad que tiene una empresa para obtener los fondos necesarios para satisfacer sus obligaciones a corto, mediano y largo plazo. Para lograr un buen desempeño, no es suficiente contar con los criterios anteriores, también hay que prestar atención la capacidad de generar los recursos necesarios; tener capacidad para pagar las cuentas, así también contar con los ingresos suficientes en relación a los gastos, como primera dimensión de este principio. En conclusión, se debe tener capacidad para inventar, suministrar y entregar productos o servicios útiles.

La segunda dimensión guarda relación con las fuentes y los tipos de ingresos sobre los cuales se basan los costos. La finalidad es conocer la confiabilidad del flujo de fondos, evidentemente las empresas que tienen fuentes diversas y confiables, presentan menos dificultades.

La tercera dimensión comprende la capacidad de la empresa para manejarse entre los límites de sus rentas o sus fuentes de ingresos, y dependen en gran medida del manejo del efectivo, el manejo de las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar y de las buenas prácticas de gestión financiera. Esto es garantizado para todo tipo de empresa. Se considera que una empresa es financieramente viable cuando genera los ingresos suficientes.

Para asegurar su desempeño durante períodos prolongados, la organización debe elaborar e implantar estrategias adecuadas y sus actividades y servicios debe seguir siendo realistas y estando conectados con las necesidades de los interesados directos. Si una empresa comienza con algo que no es distinguido y procura llegar demasiado lejos y es costoso, se pone en riesgo su propia supervivencia (2004).

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo General

Calcular los costos de inversión en la elaboración de casas térmicas de mascotas, para la determinación de rentabilidad de financiera del producto.

1.8.2 Objetivos específicos

- Identificar los costos de inversión en la elaboración de casas térmicas de mascotas, a través de un estudio de mercado.

- Determinar las herramientas en la elaboración de casas térmicas de mascota mediante un estudio técnico.
- Realizar un estudio administrativo con una estructura organizacional en la elaboración de casas térmicas de mascotas.
- Elaboración un estudio financiero que determine la rentabilidad financiera en la elaboración de casas térmicas.

1.9 Conclusión

En el primer capítulo se describe la problemática que se desea solucionar implementando el proyecto de prefactibilidad en la elaboración de casas térmicas para mascotas determinando su justificación, importancia y los objetivos generales del proyecto, se considera que el proyecto tendrá un impacto positivo para la sociedad porque ofrece un producto 100% ecuatoriano, también se estima la generación de empleo como fortaleza clave para el progreso del negocio y del país; adicionalmente existe la probabilidad de evolucionar en uno lo mercados complejo como la industria canina.

Las casas térmicas para mascotas, son productos que cubren necesidades de bienestar animal, como también es un producto de innovación y tecnología para los dueños de mascotas, son varios los puntos sobre las necesidades básicas para satisfacer la demanda.

Capítulo II

2 Contextualización

2.1 Marco Teórico

La noción de prefactibilidad no se encuentra incluida en el diccionario que elabora la Real Academia Española (RAE). Sí aparece el término factibilidad, que refiere a aquello que resulta factible (es decir, que se puede concretar o llevar a cabo).

La prefactibilidad, representa un análisis precedente de una idea y determina si esta es viable para hacerla realidad. Este concepto útil en el medio empresarial y comercial.

Para realizar un estudio de prefactibilidad, se tienen que considerar diferentes variables y se examinar los puntos esenciales de la idea. Si evalúa que su creación es viable, la idea se convertirá en un proyecto que será sometido, a un estudio de factibilidad. Este sería el último paso antes de materializar el proyecto.

A la hora de estudiar la prefactibilidad, se acostumbra acopiar toda la información posible para analizarla. Lo que permite un estudio de prefactibilidad es minimizar el riesgo: si se advierte que la idea no es factible, puede descartarse sin mayores daños, ya que aún no se habrá concretado el grueso de la inversión que supone la concreción del proyecto.

Cuando se propone realizar una inversión, el estudio de prefactibilidad comprende varias interrogantes. Se debe realizar una investigación de mercado y se tiene que considerar el aspecto legal. También es necesario evaluar el aspecto financiero, tecnológico y el contingente del impacto ambiental, entre otros.

En concreto, tendríamos que exponer que todo estudio de prefactibilidad cuenta con una estructura que se encuentra conformada por una serie importante de documentos, tales como estos:

- El estudio de mercado.
- El estudio financiero, que se encarga de establecer el montante de costos al que hay que hacerle frente para poder sacar adelante la iniciativa deseada.
- El estudio tecnológico, que aborda las inversiones y gastos que hay que llevar a cabo en materia tecnológica para poder realizar el proyecto deseado.
- El estudio administrativo.
- El estudio de impacto medio ambiental.
- La relación de suministros que se requieren para poder acometer la fabricación del producto o productos que se desean producir o bien para poder llevar a cabo el servicio que se desea ofrecer al consumidor. En concreto, en este apartado los suministros se clasifican en apartados tales como materias primas, materiales auxiliares, servicios, materiales industriales.

De la misma manera, es importante tener en cuenta que en ese estudio de prefactibilidad se hace necesario que estén presentes otros aspectos que son fundamentales para poder comprobar si se es posible avanzar con el proyecto.

Las conclusiones que puede tener un estudio de las características que estamos abordando pueden indicar cuatro medidas diferentes:

- Reformular el proyecto.
- Aplazar el proyecto.
- Renunciar a la idea.
- Seguir adelante con el proyecto acometiendo lo que ya hemos mencionado anteriormente como estudio de factibilidad.

Así, si el análisis de prefactibilidad de la inversión resulta positivo, se pasará a la siguiente etapa (estudio de factibilidad) antes de la confirmación efectiva de la iniciativa.

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

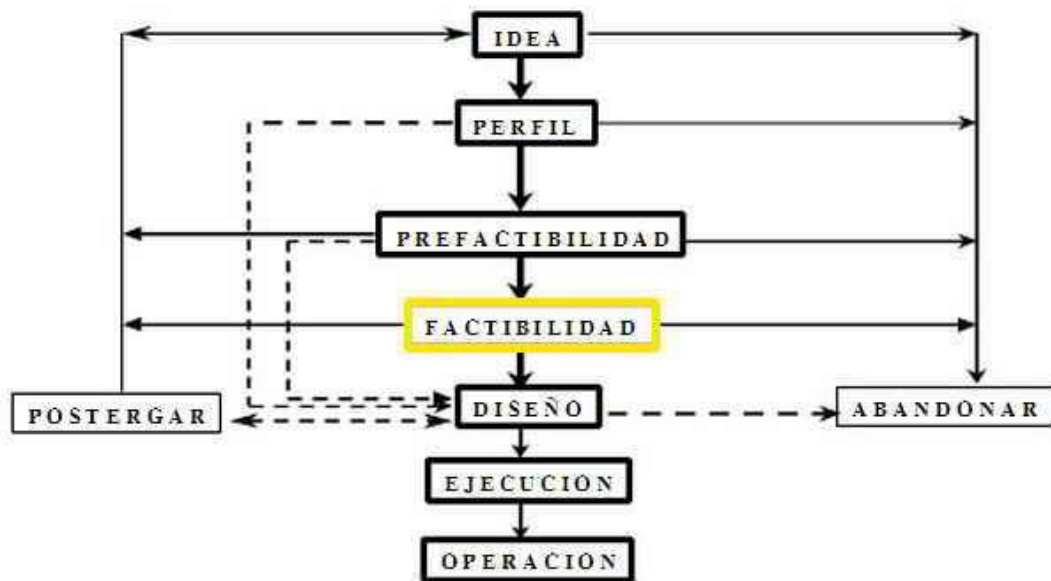


Figura 1. Estudio de factibilidad dentro del ciclo proyectado
Adaptado de: (Miranda-S/F)

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.

- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita recoger argumentos para decidir sobre la ejecución del proyecto.

El estudio de factibilidad responde a las interrogantes de esperar o renunciar al proyecto porque este no es lo suficientemente realizable, conveniente o acertado; o el resultado también puede ser que haya que mejorarlo, preparando un diseño definitivo, considerando las sugerencias y variaciones que recomienden los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial. En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- a. Verificar la existencia del mercado potencial o de una necesidad insatisfecha.
- b. Demostrar la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- c. Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.

El estudio de viabilidad de un proyecto es un instrumento inseparable, sin importar si es una inventiva de software, un proyecto de construcción o educativo. Estudiar la viabilidad de un proyecto es más importante que planearlos, para poder

concluirlo es indispensable realizar una investigación completa, que permita conocer si el proyecto efectivamente contribuirá con los beneficios esperados. No se trata de un procedimiento burocrático, es un instrumento necesario que aporta información importante para tomar decisiones estratégicas.

Para llevar a cabo el estudio de viabilidad de un proyecto se precisa recopilar información suficiente para:

- Reconocer limitaciones, restricciones y supuestos.
- Descubrir oportunidades.
- Examinar el modo actual de trabajo de la organización.
- Delimitar los requisitos que conforman el proyecto.
- Evaluar diferentes alternativas.
- Acordar las líneas de acción.

Para determinar si la viabilidad de un proyecto es segura, debe considerarse lo siguiente:

1. Alcance del proyecto: define los límites que impiden desviarse o alejarse de los resultados deseados.
 - Hace alusión al propósito y se utiliza para definir el problema de la empresa que necesita ser resuelto o la oportunidad de negocio que se quiere aprovechar.
 - Debe definir el ámbito de aplicación de forma clara, concisa y precisa, para evitar confundir a los participantes del proyecto.

- Tiene que informar sobre la estructura y partes de la empresa, incluyendo la designación de los participantes en el proyecto, la identificación del promotor y las áreas de los usuarios finales afectados por el mismo.
2. Analizar de situación: ayuda e identificar fortalezas y debilidades.
 - Ayuda a comprender mejor el sistema y entender los mecanismos de desarrollo de cada entregable.
 - Facilita la introducción de cambios en las áreas donde son requeridos.
 - Permite definir directrices que pueden aplicarse a futuros proyectos, suponiendo un ahorro considerable en tiempo y dinero.
 - Debe emplearse como hoja de ruta y no como llamada a la acción, por lo que sus conclusiones se tienen que encuadrar en la planificación y no tomarse como prioridades a resolver de inmediato.
 3. Definición de requisitos: esta etapa resulta del objeto de atención del proyecto y se sustenta de la participación de los integrantes del proyecto.
 4. Determinación del enfoque: comprende la solución recomendada o rumbo de acción favorable que terminará con la satisfacción de necesidades.
 - Es imprescindible la valoración de las distintas alternativas de solución a cada problema.
 - Se plantea la idoneidad de uso de las estructuras existentes y de las alternativas.
 - Se establecen prioridades en base a su pragmatismo y viabilidad.

5. Evaluación de la viabilidad del proyecto: reconoce la rentabilidad del rumbo elegido.

- Inicia con un análisis del costo total estimado del proyecto.
- Se calcula también el coste de otras alternativas, aparte de la solución recomendada, con el fin de ofrecer una comparación económica.
- Conviene completarla con un programa de proyecto que muestre la ruta del proyecto y las fechas de inicio y de final de las actividades en conjunto.
- Culmina con el cálculo del coste total, aspecto esencial para poder determinar la viabilidad de un proyecto.
- A este cálculo hay que añadirle un resumen de los costos y una evaluación en base a un análisis de costo - beneficio y rentabilidad de la inversión.

6. Verificación del estudio de viabilidad de un proyecto: tiene dos objetivos:

- Justificar el rigor y la precisión del estudio de viabilidad.
- Tomar una decisión acerca del proyecto, aprobándolo, rechazándolo o solicitando una revisión del mismo o de alguno de sus aspectos.

El estudio de viabilidad de un proyecto es más una manera de pensar que un proceso administrativo. Para acrecentar su utilidad es importante que incluya suficiente información que permita seguir con la siguiente fase continua en el

proyecto, proporcionando un análisis comparativo en la preparación de la auditoría del proyecto final que valore lo que se logra entregar, comparado con lo propuesto en el estudio de viabilidad.

Asimismo, el estudio de viabilidad de un proyecto contribuye a la planificación del mismo. La ejecución de un estudio de este tipo es una buena práctica empresarial, su aplicación se vislumbra en todos los negocios exitosos. Las empresas con menor medida de fracaso de sus proyectos tienen en común el tiempo y los recursos necesarios que han dedicado para evaluar a fondo todas las interrogantes y la probabilidad de éxito del proyecto. Al mismo tiempo se minimiza el riesgo, el estudio de viabilidad ayuda a:

- Centrarse en el proyecto en sí y obtener una perspectiva más completa de las distintas alternativas.
- Descubrir nuevas alternativas de negocio o formas de optimizar resultados.
- Identificar oportunidades de innovar, a través del proceso de investigación.
- Detectar los signos que advierten de que es mejor no continuar y las razones que justifican esta cautela.
- Aumentar la probabilidad de éxito al descubrir los distintos factores que, desde el principio, podría afectar al proyecto y perjudicar a sus resultados.

- Contar con información de calidad para llevar a cabo una toma de decisiones basada en datos objetivos y fiables.
- Disponer de documentación completa, fruto de la investigación a fondo que la empresa ha llevado a cabo en diferentes áreas.
- Asegurar la financiación de las instituciones de crédito y otras fuentes monetarias.
- También contribuye a atraer inversión de capital, uno de los beneficios más aplaudidos del estudio de viabilidad de un proyecto.

“Prefactibilidad consiste en realizar un estudio precedente sobre la idea de un proyecto, para confirmar la posibilidad para llevar a cabo el proyecto, el propósito es definir los costos del proceso durante el cual se puede rechazar la idea del proyecto en cualquier momento” (Rodríguez, 2012).

“La prefactibilidad es seleccionar información técnica, financiera, administrativa, cultural, económica, sociológica, seguridad, ambiental, y demás información importante, que lleven a elaborar un estudio de factibilidad eficiente para un proyecto productivo o social” (Tapia , 2017).

Según el autor (Thompson, 2009) el estudio de prefactibilidad abarca el análisis técnico-socioeconómico de las opciones de inversión que proporcionan solución al problema planeado. Los objetivos de la prefactibilidad se llevarán a cabo con la preparación y evaluación del proyecto estos permiten disminuir los niveles de incertidumbre acerca de los indicadores de rentabilidad socioeconómica y privada que asisten en la toma de decisiones.

“El objetivo de la etapa de prefactibilidad del proyecto de inversión es aportar información relevante adicional que permita reducir la incertidumbre asociada a la selección de la mejor alternativa desde el punto de vista de la rentabilidad económica, tomando en cuenta la viabilidad ambiental, técnica e institucional-organizativa del proyecto”.

La descripción del proceso productivo posibilitará, asimismo, dar a conocer las materias primas y los restantes insumos que demandará el proceso. Por este motivo y como ya se ha mencionado, el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes (Rodríguez Flores & Henríquez Gago, 2015).

Un estudio técnico propone y analiza las diferentes opciones tecnológicas existentes para la producción de bienes o servicios, además verifica la factibilidad técnica. Este análisis también considera las instalaciones, la maquinaria, los equipos y las materias primas que necesitaría el proyecto, también incluye el capital de trabajo. (Cabrera Tigre, 2016).

Costos de inversión

Los costos de inversión, también llamados costos pre-operativos, son aquellos con los que se obtienen los activos necesarios para el funcionamiento del proyecto, estos costos se generan desde el inicio de la idea que origina el proyecto hasta antes de iniciar la producción del primer producto o servicio.

Los costos son la suma de dividendos en los que incide una persona natural para adquirir un bien o de un servicio, con la finalidad de generar ingresos futuros. Los

costos pueden tener diferentes características en distintas situaciones, dependiendo del producto que se produzca:

- a) Costo-Activo. - Es cuando se genera un costo con un potencial de ingresos va más allá de un periodo; por ejemplo, la compra de un edificio, de maquinarias, etc.
- b) Costo-Gasto. - Es la parte de un activo o costo de efectivo que ha favorecido al impulso productivo de un periodo, que al comparado con los ingresos generados el resultado es la utilidad alcanzada. Por ejemplo, los sueldos correspondientes a los ejecutivos de administración.
- c) Costo. - Perdida es la suma de egresos realizados que no generaron los ingresos esperados, no existen ingresos que compensen los costos realizados. Por ejemplo, cuando se incendia un equipo de reparto que no estaba asegurado.

Los determinantes de la inversión:

Cuando las empresas invierten en la construcción de una nueva fábrica o la compra de una nueva máquina esperan que estas les produzcan beneficios, es decir, los ingresos tienen que superar los costos de la inversión. Esta simple aseveración incluye tres elementos fundamentales para la inversión:

Los ingresos: La inversión dependerá de los ingresos que produzca la actividad económica integral. Por ejemplo, en la última gran recesión, la producción disminuyó acusadamente en Estados Unidos entre 1979 y 1982 y, como consecuencia, la inversión descendió un 22%.

Los costos, cuando examinados los costos de la inversión, nos damos cuenta que son más complicados que los costos de otras mercancías. Esta mayor complejidad se debe a que los bienes de inversión duran muchos años.

La expectativa, la inversión es sobre todo una apuesta sobre el futuro, una apuesta a que los ingresos actuales y futuros serán mayores que los costos actuales y futuros.

La inversión como actividad económica deja de consumir hoy para incrementar los ingresos en el futuro. También consiste en desembolsar dinero con la esperanza de generar utilidades”. Para producir las casas térmicas para mascotas, también hay que tomar en cuenta los equipos tales como telares eléctricos, estructuras de las casas, entre otros.

“El costo de la inversión permite cuantificar los efectos positivos o negativos, esta es una técnica que utilizan tanto inversionistas como empresarios porque les permite estimar el monto de inversión, su aspecto social, económico y ambiental” (Dominguez, 2015).

La viabilidad es un concepto relevante especialmente porque se trata de llevar a cabo un proyecto, se refiere a la posibilidad de llevar a cabo lo se pretende o proyecta realizar, significa concretarlo evidentemente, es decir, la viabilidad significa que un proyecto es seguro. (DefiniciónABC, 2007-2019).

Inversión Privada

El motivo que impulsa la actividad de las empresas es el deseo de lucro, quienes la proyectan y organizan aspiran a obtener beneficios de lo que han invertido. La inversión privada tiene como finalidad:

- a. Lograr una óptima combinación de los factores de la producción: recursos naturales, trabajo, capital, tecnología y administración.
- b. Se pretenden utilidades superiores a la tasa bancaria vigente.
- c. Se trata de optimizar él o los procesos de producción fundamentando la calidad de lo producido
- d. Se busca la productividad del capital.

Costo de Operación: Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

- a. Gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.
- b. Alquileres y/o depreciaciones. Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una

empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.

- c. Obligaciones y seguros. Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.
- d. Materiales de consumo. Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.
- e. Capacitación y promoción. Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias.

Viabilidad financiera

Es la capacidad que tienen las empresas para generar los fondos necesarios que les permita cumplir con sus obligaciones a corto, mediano y largo plazo. Las empresas para lograr buen desempeño tienen que mantener capacidad para generar los recursos necesarios; cumplir con los pagos de sus cuentas y también asegurar un remanente de ingresos en relación a los gastos. Las organizaciones deben tener capacidad para producir, vender y entregar productos o prestar servicios.

“Los estudios de viabilidad también conocidos como factibilidad, pre inversión. Por lo tanto, cuando escuchamos acerca del perfil de un proyecto, o del estudio de factibilidad o de la evaluación de la pre inversión todos significan lo mismo” (Molina, 2018).

La viabilidad financiera de un proyecto examina si los recursos monetarios se encontrarán disponibles durante la ejecución del proyecto. Hay que calcular la cantidad de fondos que se requieren para el proyecto en relación con los volúmenes gestionados. Este análisis se relaciona con la complejidad y magnitud de los proyectos que se ejecutarían. (Sobrero, 2009).

Es la capacidad que tiene que tener la empresa; para obtener los fondos necesarios para cubrir los requerimientos utilizables, estos pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

Determinar la viabilidad financiera es importante por los siguientes aspectos:

1. El estudio de la viabilidad financiera permite conocer diversas fuentes de financiamiento con las que se podría contar y conocer si estas tienen capacidad para financiar todas las etapas del proyecto.
2. Habiendo calculado el financiamiento del negocio y conociendo el rendimiento esperado, es posible determinar si este es rentable, caso contrario si no es viable no sería conveniente llevarlo a cabo.

(Plaza, 2014)

La viabilidad financiera permite determinar el monto de la inversión necesario para crear la microempresa de fabricación y comercialización de casas térmicas para mascotas. La rentabilidad financiera es la utilidad que le corresponde a los socios de una empresa, es decir, es el beneficio por de invertir en esa empresa. Mide la capacidad que tiene la empresa para generar ingresos con sus propios fondos.

Existen tres maneras de mejorar la rentabilidad financiera: aumentando el margen, aumentando las ventas o disminuyendo el activo, o aumentar la deuda para que así la división entre el activo y los fondos propios sea mayor.

2.1.1 Estudio de mercado

Los estudios de mercado son medios organizados de reunir, analizar, interpretar y presentar información para tomar decisiones de marketing. Ayuda a las empresas a comprender a sus clientes, competidores, a mantenerse informado sobre las tendencias del mercado, entre otros aspectos relacionados con el marketing, también ayudan a conocer si es sensato lanzar al mercado un nuevo producto o servicio.

(Bird, 2008).

Naresh (1997) indicó que el estudio de mercado se clasifica como un tipo de investigación descriptiva (su principal objetivo es la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

Un estudio de mercado es aquel que busca proyectar valores a futuro; buscará predecir variaciones en la demanda de un bien, niveles de crecimiento en las ventas, potencial de mercados a futuro, número de usuarios en un tiempo determinado, comportamiento de la competencia, etc. En cualquier estudio predictivo, generalmente se deberán tomar en cuenta elementos como el comportamiento histórico de la demanda, los cambios en las estructuras de mercado, el aumento o la disminución del nivel de ingresos. Es el análisis y la determinación de la oferta y la demanda. Además, se pueden determinar muchos costos de operación simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia publicitaria.

El objetivo de realizar un estudio de mercado es tener una visión clara de las características del producto o servicio que se requieren introducir en el mercado, y un conocer exhaustivamente a los participantes del sector. Hay que complementar con el conocimiento de una política de precios y de comercialización.

Un buen estudio de mercado ayuda a comprender aspectos como la distribución geográfica y temporal de la demanda, además el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), conocer el comportamiento histórico de la demanda y la proyección esperada, maximizar los productos o servicios que estos

aporten valores agregado y ventajas competitivas. Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas.

Con respecto a la competencia, se necesita conocer información acerca de quienes son, sus niveles de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción, etc. todo lo que podamos conseguir.

¿Quién participa en un estudio de mercado y cuáles son los pasos?

Dependiendo de la profundidad de la investigación y los recursos con que se cuente, se incrementarán o reducirán los equipo y/o interlocutores del estudio de mercado.

En un estudio de mercado ambicioso y con los recursos necesarios, se debería de contar con los siguientes participantes que actuarían en orden de presentación.

En primer lugar, es un consultor, consejero o empresario capaz y responsable de la creación de un plan estratégico y de marketing. El que encarga la investigación a un instituto de investigación. Dicho instituto realiza, dependiendo de los objetivos y recursos, un plan de investigación donde se identifican las necesidades de información y la forma de captación. Normalmente se debería analizar en profundidad las fuentes secundarias, que sean rigurosas, transparentes y eficaces en su metodología y resultados, para incorporar esta información al estudio de mercado.

Lo más oportuno es también, diseñar una hoja de ruta para recabar mediante encuestas directas (fuentes primarias) información crecidamente específica y/o que nos falte.

También, suele ser necesario concretar algunos datos o conclusiones iniciales con

análisis cualitativos, grupos pequeños o entrevista directa con los interlocutores más válidos (clientes, proveedores, competencia).

Para ello el instituto de investigación diseña uno o varios cuestionarios y modelos de entrevistas en el caso de las investigaciones cualitativas.

Una vez concretado todo, el instituto de investigación pasa las necesidades de encuestas a una empresa de campo, empresa que realiza las encuestas. Estas entidades suelen contar con paneles (grupos de personas dispuestas a contestar encuestas) o acceso a ellos. También suelen disponer de equipos de encuestadores físicos y de telemarketing con call centers especializados en encuestas.

Una vez la empresa de campo tiene los resultados de la encuesta o encuestas. Le pasa estos datos a una empresa de explotación, independiente y rigurosa que realice la explotación de los datos (gráficos, documentos, etc.) Estas organizaciones se llaman empresas de cálculo.

Finalmente, el instituto de investigación recibe los resultados de las encuestas ya explotados por la empresa de cálculo, procediendo a analizar los resultados y crear el informe para el consultor o cliente.

Análisis de consumidores: estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Estrategia

Concepto breve pero imprescindible que marca el rumbo de la empresa.

Basándose en los objetivos, recursos, estudios del mercado y de la competencia, debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

- Liderazgo en costo. - Consiste en mantenerse en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.
- Diferenciación. - Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio.

Realmente existen tres opciones genéricas:

- Liderazgo en costes: que se basa en reducir los costes al máximo con el objetivo de poder ofrecer un producto al menor precio posible. Esto ocurre con productos estandarizados, como pueden ser recipientes de plástico o bolsas.
- Diferenciación: que se basa en crear un elemento diferenciador del producto, que sea percibido y apreciado por el consumidor final, por el cual estará dispuesto a pagar un precio mayor. Estos productos se basan en generar un mayor Valor Añadido del producto o servicio.

- Estrategia Mixta: que debe reunir tres características "precio, calidad y amplitud de gama". Por ejemplo, muchos productos de los conocidos como "Low-cost" se basan en esta estrategia.

2.1.2 Estudio técnico

El estudio técnico analiza propone y las diversas opciones tecnológicas existentes para producir los bienes o servicio, además permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica el equipo, la maquinaria, la materia prima y las instalaciones que se necesitan para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo necesario. Cabrera Tigre, (2016).

El estudio técnico comprende la segunda etapa de los proyectos de inversión, este contempla los aspectos técnicos operativos necesarios, el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analiza el tamaño óptimo del mercado, de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto. 4 definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio

Este estudio tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación pertinentes a esta área.

Normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y las tecnologías más modernas, solución que puede ser óptima de manera técnica, pero no desde una perspectiva financiera.

Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción del bien o necesidades del capital, mano de obra y recursos materiales, tanto en la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

El estudio tecnológico debe servir para encontrar la mejor forma de lograr la producción del bien o servicio, e incluir la ingeniería básica y la ingeniería de detalle.

Ingeniería básica:

- Tamaño.
- Cuantifica la producción y los requerimientos que tenga el proyecto de los bienes o servicios.
- Proceso.
- Localización.
- Ingeniería de detalle:
- Obras físicas.
- Organización.
- Calendario.

2.1.3 Estudio Organizacional

Los estudios organizacionales resultan explorar diversas disciplinas de carácter humanista, como la historia, la antropología, la sociología, la psicología entre otras, A parte de estudiar procesos y las formas de mejorarlos, se busca analizar fenómenos

de carácter social que tienen lugar al interior de las organizaciones y son el resultado de las redes de relaciones que se entablan entre los diversos miembros que las conforman y que afectan y se ven afectados por éstas relaciones, dado que los grupos sociales, por la naturaleza misma de los individuos que los conforman, reflejan todos aquellos elementos del entorno (cultura, tradiciones, creencias, conflictos, etc.), que se recontextualizan y manifiestan en las organizaciones (Pérez & Guzmán, 2015).

El estudio organizacional determina la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto el objetivo es conocer y valorar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto hay que determinar la estructura organizacional de acuerdo con los requerimientos exigidos para la ejecución del proyecto y su futura operación.

Son varias las teorías en las cuales se basa el diseño organizacional:

La teoría clásica de la organización, contempla en los 14 principios de la organización planteados por Henri Fayol, los cuales se refieren a:

- La división del trabajo que dio paso a la especialización.
- La unidad de dirección que agrupa las actividades que mantienen los mismos objetivos bajo y los dirige un solo jefe.
- La centralización y descentralización que establece el equilibrio entre estos.
- El principio de autoridad y responsabilidad.

Por otro lado, la teoría de la organización burocrática de Max Weber, indica que la organización tiene que acoger ciertas estrategias de diseño para racionalizar las actividades colectivas. Entre estas se enfatizan la división del trabajo, la coordinación de las tareas, la delegación de autoridad y el manejo impersonal y formalista del funcionario. La tendencia actual, es que el diseño organizacional se realice de acuerdo con las circunstancias.

Objetivos del estudio organizacional:

El objetivo del estudio organizacional es establecer la estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con los cuales operará el proyecto una vez este se encuentre en funcionamiento.

Del estudio anterior, se tienen que determinar los requerimientos de recursos humanos, de locación, muebles y enseres, equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos.

Proceso para el estudio organizacional:

Para el diseño de la estructura organizacional se debe considerar los siguientes pasos:

- Definir los objetivos generales de la empresa; debe existir concordancia entre la estructura organizacional y los objetivos.
- Elaborar un listado de actividades administrativas necesarias para el logro de los objetivos.

- Definir qué actividades se subcontratarán y cuales se realizarían de manera directa.
- Agrupar las tareas afines en subsistemas para las actividades que se atenderán directamente.
- Identificar las funciones específicas que debe cumplir cada subsistema.
- Identificar las necesidades de Recurso Humano de cada subsistema.
- Expresar los subsistemas en unidades administrativas o grupos de trabajo
- Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativa o grupo de trabajo.
- Elaboración del Organigrama
- Descripción de las funciones de cada cargo.

El proyecto es la distribución y organizacional depende de criterios y principios administrativos los cuales no son generalizables a todos los proyectos.

Los principios administrativos de la división del trabajo, unidad de mando, tramo de control, la departamentalización, y la delegación de funciones deben aplicarse al momento de definir la estructura; además se deben tener en cuenta factores particulares de cada proyecto, como: las relaciones con Clientes y Proveedores – cuantificaciones de las operaciones-; el tipo de tecnología administrativa que se

quiere adoptar; la logística necesaria particular de cada proyecto; la externalización de algunas tareas (Contabilidad, cartera, ventas, etc.) y la complejidad de las tareas administrativas propias del negocio.

Los modelos administrativos que exhibe la competencia o de empresas con similares características a las del proyecto en el exterior pueden emplearse como base de este estudio, para luego, en función de las ventajas comparativas que posea el proyecto, definir la estructura administrativa de éste.

2.1.4 Estudio Financiero

El análisis a los estados financieros es la aplicación de herramientas analíticas en los estados que se utilizó para evaluar el desempeño de las empresas; esto quiere decir que a través de la utilización de ratios podemos comprender y entender la información contenida en éstos, con el objetivo de emitir adecuadamente sobre la situación económica de la empresa y también para conocer si el trabajo que se realizó la administración es eficiente Machare Calderón, (2015).

Un estudio financiero de un proyecto tiene como objetivo detectar los recursos económicos para poder llevar a cabo un proyecto. Gracias a este análisis se calcula también el costo total del proceso de producción, así como los ingresos que se estiman recibir en cada una de las etapas del proyecto.

La información generada durante este estudio financiero nos dirá la viabilidad del proyecto en términos económicos. Un estudio completo de mercado será la fuente donde recogeremos estos datos. A partir de este estudio, podremos realizar un análisis de riesgos de un proyecto.

Esta viabilidad es lo que denominamos evaluación financiera de proyectos.

¿Merece la pena ponerlo en marcha? A continuación, veremos en qué consiste un plan financiero de un proyecto, cómo hacer un estudio financiero de un proyecto, entre otras cosas.

¿Qué es la Evaluación Financiera de Proyectos?

La Evaluación Financiera de Proyectos es el estudio cuyo objetivo será determinar la rentabilidad del proyecto gracias al análisis de una inversión inicial, unos beneficios y unos costos de la ejecución del mismo.

De modo que, al evaluar un proyecto, estaremos poniendo en duda su viabilidad. Esto lo podemos hacer durante antes y durante la fase de ejecución del mismo a través de sus hitos. Es decir, momentos clave que planificamos en una fecha fija para realizar un estudio de viabilidad de un proyecto. ¿Qué actividades se van ejecutando según el plan previsto? ¿Se van gastando lo acordado? ¿Qué necesitamos cambiar de la planificación? Entre muchas otras preguntas.

En muchas ocasiones, durante la evaluación de proyectos se pone en duda si se deben tener en cuenta en las proyecciones de ingresos y gastos el efecto inflacionario de los productos. O simplemente, trabajar desde un principio con precios constantes.

Este estudio de viabilidad del proyecto nos lo puede dar nuestra herramienta de gestión. Sinnaps ofrece un panel de control sobre el estado del proyecto al instante y en cualquier momento. Según lo que hayamos planificado o presupuestado, Sinnaps informa y asesora sobre la situación del mismo y si es conveniente hacer cambios.

¿Cómo hacer un estudio financiero de un proyecto?

Lo realizan profesionales que preparan informes utilizando índices que utilizan la información obtenida de los estados financieros y otros informes. Estos informes generalmente se presentan a la alta dirección como una de sus bases para tomar decisiones de negocios. El análisis financiero puede determinar si una empresa:

- Continuar o interrumpir su operación principal o parte de su negocio;
- Hacer o comprar ciertos materiales en la fabricación de su producto;
- Adquirir o alquilar / arrendar ciertas maquinarias y equipos en la producción de sus bienes;
- Emitir acciones o negociar un préstamo bancario para aumentar su capital de trabajo;
- Tomar decisiones con respecto a invertir o prestar capital;
- Tome otras decisiones que permitan a la gerencia realizar una selección informada sobre varias alternativas en la conducción de su negocio.

Ya sabemos qué objetivo tiene un estudio económico y financiero de un proyecto. Es el momento de saber cómo hacerlo. Para lo que identificamos todos los componentes que deben incluirse durante su elaboración.

1. Ingresos. La base de las valoraciones y conclusiones del estudio.
2. Costos. Se trata del costo total del producto o servicio que fijemos.

Aquí entran desde el coste unitario, de materia prima, costos indirectos de fabricación, así como la producción directa.

1. Gastos de administración. Todas las herramientas, los recursos y el personal necesario para llevar a cabo el proyecto.
2. Gastos de venta. Marketing y departamento comercial. ¿Cuánto nos cuesta vender los productos y servicios?
3. Gastos financieros. Correspondientes a la adquisición de préstamos necesarios, dentro del plan financiero de un proyecto. Con ellos sabremos la factibilidad financiera de un proyecto, así como los diferentes estados financieros de un proyecto.
4. Depreciaciones. Se aplican debido al deterioro de herramientas o materiales usados en las actividades del proyecto. Por el uso de los recursos materiales.
5. Amortización. Su objetivo es saber la pérdida periódica del valor de los activos de un proyecto.
6. Plan de inversión. Requerimientos detallados para presentarlo a un posible inversor del proyecto. Se identifica el total de financiamiento óptimo, de acuerdo al tipo de proyecto.
7. Balance de apertura. ¿Qué disponemos en el momento del comienzo del proyecto? El estado de situación financiero durante la apertura. Identificamos los activos, pasivos y el capital contable en ese momento. Y lo comparamos con las estimaciones de ingresos y gastos. Clave para saber si el proyecto tiene futuro o no.

8. Presupuesto de caja. Movimientos del dinero. ¿Dónde y cuánto nos costará realizar transacciones de dinero?
9. Balance general proyectado. Se realiza cada año y corresponde a la organización de activos, pasivos y capital contable proyectado en ese año concreto.
10. Razones financieras. Se trata de las técnicas, índices y métodos de evaluación financiera de proyectos.
11. Punto de equilibrio. ¿Qué ingresos y gastos necesitamos para cubrir la ejecución del proyecto? Ni nos debe faltar ni sobrar dinero en este punto de equilibrio.
12. Flujo neto de efectivo. La cantidad neta total de dinero que tendrá el proyecto durante todo su ciclo de vida, teniendo en cuenta la tasa interna de retorno, rentabilidad, VAN, TIR e IR.
13. Costo de capital. También denominada Tasa de corte. Corresponde al valor del capital económico.
14. Valor Actual Neto (VAN). Nos dirá lo que ganaríamos a día de hoy, como si el dinero que vamos a percibir en el futuro lo recibiéramos hoy.
15. TIR o Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad. Corresponde a la media de los rendimientos futuros estimados de una inversión. Nos dirá si es oportuno reinvertir. Para ello, el Valor Actual Neto debe ser igual a cero.
16. IR o Índice de Rentabilidad. Nos indica cuántas veces estamos ganando lo invertido.

17. Análisis de sensibilidad. En este estudio ponemos a prueba extrema el proyecto. Situaciones límite que puede soportar el proyecto. ¿Qué ocurre si hay un recorte extremo de ingresos? Podemos hacer simulaciones de planificaciones en Sinnaps. Para ver qué ocurriría en los distintos escenarios supuestos.
18. Riesgos. ¿Cómo afectaría cada escenario hipotético a la rentabilidad del proyecto?
19. Análisis Unidimensional. Con él, veremos si lo invertido es igual a lo gastado. Si podemos sustentar el proyecto sin ganar beneficios. Encontrando el equilibrio de supervivencia del proyecto.

2.1.5 Estudio Económico

Es un aspecto importante para analizar antes de iniciar cualquier proyecto, independientemente de sus características, consiste en conocer la viabilidad, el propósito es analizar la factibilidad para poner o no poner en marcha un proyecto. La seguridad del estudio depende de si se han considerado todos los aspectos que abarca el proceso y que pueden presumir riesgos significativos para el éxito del mismo. Para poner en marcha un proyecto se debe realizar un análisis exhaustivo de:

- El entorno para conocer la situación.
- El mercado al que se dirige el producto o servicio, para determinar características específicas.
- Todos los aspectos técnicos necesarios para llevarlo a cabo.

- Los recursos administrativos que hay que tener presente para su puesta en marcha.
- Los requisitos legales que hay que cumplir para que el proyecto se ejecute.

Los gastos económicos que conlleva poner en funcionamiento el proyecto.

El estudio económico del proyecto es, por tanto, uno de los pasos claves para identificar la viabilidad de un proyecto, pero no es el único. Un estudio que sólo se base en el aspecto económico, será incompleto y, por tanto, su viabilidad no será fiable.

Elementos claves del estudio económico

El fin último de este estudio es analizar las necesidades de tipo económico y financiero que precisa la puesta en marcha del proyecto, con el propósito de ayudar a valorar si es rentable, o no, emprender el nuevo proyecto. Se trata, pues, de conocer:

- La inversión económica necesaria y cómo se va a financiar.
- Estimar los costos y gastos que va a suponer la puesta en marcha del proyecto
- Valorar los posibles ingresos para realizar un cálculo aproximado de los beneficios que puede dar el proyecto.

Por lo tanto, para realizar este estudio económico, es preciso estructurarlo atendiendo a estos cuatro elementos:

1. Las inversiones

En todo proyecto existen tres tipos de inversiones, cuya suma proporcionará el total de inversiones necesario para poner en marcha el proyecto.

- Inversiones en Activos fijos. Son aquellas destinadas a recursos de tipo tangible, como la maquinaria o el mobiliario preciso, o intangible, es decir, que no se pueden “tocar”, como los estudios, las relaciones con los proveedores, derechos y permisos.
- Inversiones en Capital de trabajo o activos circulantes. Se trata de determinar los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto (materias primas, mano de obra, etc.). Para calcular este capital de trabajo, es preciso restar a los activos corrientes que ya posee la empresa para poner en marcha el proyecto (capital disponible en efectivo o no, materias primas, repuestos y productos), los pasivos o deudas por pagar a proveedores. También hay que tener en cuenta cuales son las fuentes de financiación del proyecto y en qué medida lo van a financiar, si se posee capital, existen inversores, se va a pedir un crédito a los bancos o si la financiación va a ser mixta, combinando dos o más fuentes de financiación.
- Gastos previos preoperatorios, es decir, aquellos destinados a la realización de estudios, captación de capital, y la realización de diseños y planes, previos a la puesta en marcha del proyecto.

Es conveniente realizar un calendario de inversiones para llevar un control de las mismas durante la evaluación del proyecto

2. Los gastos totales

Son los gastos totales que va a suponer el proyecto. Para obtener este resultado es preciso analizar:

- Los gastos de administración y ventas, donde se engloban los gastos derivados de la remuneración del personal, depreciaciones, etc.
- Los gastos financieros, aquellos gastos correspondientes a los intereses de las obligaciones financieras.
- Los gastos de fabricación y comercialización, serían aquellos gastos derivados de facturas de luz, combustibles, impuestos, repuestos, etc.

3. Los costos

Se trata de los costos de producción, dentro de los que se encuentran las materias primas, materiales y recursos necesarios para crear el producto o dar el servicio.

Estos costos se pueden clasificar en función de su valor, como variables o fijos.

4. Ingresos

Por otro lado, en el estudio económico, además de los gastos, hay que realizar una valoración del dinero que se estima se puede recaudar gracias a la venta del producto o servicio realizado y de otros tipos de ingresos que puedan beneficiar la rentabilidad del proyecto.

Marco Referencial

En la Universidad Nacional Autónoma de México, en la facultad de ingeniería, la autora Vargas Sánchez, en el año 2014, propone el estudio “Diseño e implementación de prótesis para extremidad canina” donde la autora plantea diseñar

una prótesis canina para su implementación a los perros en particular, mediante una prótesis especializada y diseñada que resulte económica y eficaz, a tener una opción que les brinde calidad de vida a las mascotas después de una amputación solucionando así un problema motriz el cual les implica limitaciones, lesiones o la muerte (Vargas Sánchez, 2014).

La semejanza con el tema es que los dueños e instituciones han buscado y encontrado el modo de ofrecer a los canes una oportunidad, no solo de seguir viviendo sino de hacerlo con el confort y la dignidad que vivir merece y es por esta razón que han desarrollado prótesis caninas las cuales ayudan a mejorar la calidad de vida de las mascotas, hay muchos dueños de mascotas que están dispuestas a brindarle al llamado “mejor amigo del hombre” la oportunidad de una vida digna y confortable.

La diferencia que existe en los dos trabajos, es que el trabajo citado propone diseñar una prótesis para extremidad canina, realizando un diseño, implementación y una ejecución para resolver cualquier tipo de problema que enfrente las mascotas.

En la Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen, en la Escuela de Periodismo, la autora Jaramillo Di Leonardo, en el año 2016, propone el tema “Adopción y tenencia responsable de mascotas”, donde se propone generar distintas iniciativas para promover la tenencia responsable de los animales de compañía por medio de tres componentes: salud, educación y participación ciudadana (Jaramillo Di Lenardo, 2016).

La semejanza con el tema es que se busca mejorar el bienestar animal por medio de prestaciones veterinarias que contribuyan a la calidad de vida de los animales, las

personas y su territorio en un contexto de servicios veterinarios públicos que se entregarán desde los municipios. Esto corresponde al fundamento de Salud antes mencionado.

El trabajo tiene como objetivo proponer la salud se sustenta en la base del bienestar de los animales de compañía y de las personas, es por eso que se vuelve necesario conocer cuál es la situación de los caninos y felinos en Chile y de esta forma entender la importancia de la aplicación de este plan de Tenencia Responsable.

La diferencia que existe el trabajo, consiste en un plan masivo de esterilización y un control exhaustivo de la población canina, pero no existen programas de educación de la población chilena que permitan crear conciencia en que tener un perro o gato no es lo mismo que tener un mueble. Algo que refuerza esta percepción negativa hacia las mascotas la otorga el mismo Código Civil que denomina a los animales como bienes muebles, y no como los denominan los países desarrollados como seres sintientes.

En la Universidad Zaragoza de España, en la facultada de Psicología y Sociología, la autora Mazas Gil, en el año 2015, propone el tema “La actitud hacia el bienestar animal en el ámbito educativo”, donde plantea que el bienestar de los animales es una preocupación de los científicos, pero también de los gobiernos, de los productores, de los comerciantes, de las organizaciones sociales, de los legisladores y de los consumidores (Mazas Gil, 2015).

Teniendo en cuenta estas preocupaciones, el bienestar animal puede estudiarse en múltiples ámbitos relacionados con diferentes disciplinas con esa misma base

común, pero con distintos objetivos. En algunos casos, el bienestar animal puede considerarse desde un punto de vista productivo; por ejemplo, el bienestar de los animales de granja es de interés para conseguir un producto de mejor calidad (calidad de carne, de leche, etc.).

La diferencia es que el trabajo de investigación considera que la educación del bienestar animal puede estar presente en múltiples situaciones de la vida diaria, tales como: violencia hacia las mascotas, abandono de animales de compañía, corridas de toros y demás espectáculos, sobreexplotación de sistemas de producción de los animales de consumo, entre otros.

Que la muestra objeto de estudio sea estudiantil no es azaroso, sino que responde a una convicción seria de que a través de la Escuela se pueden educar las actitudes, siempre y cuando podamos elaborar un diagnóstico y una intervención en las aulas las cuales desempeña un papel de difusión y formación en materia de educación hacia el bienestar animal.

En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en la escuela de Diseño Industrial, el autor Ortiz Zurita, en el año 2018, propone el trabajo titulado “Casas de perros en base a paneles de hormigón celular”, donde propone desarrollar un material amigable con el ambiente, como es el hormigón celular, en la construcción de una casa para perros, la cual reduzca los costos de producción y ayude a mejorar los niveles de confort (Ortiz Zurita, 2018).

El trabajo surge al identificar un problema, debido al uso inadecuado de la materia prima como la madera en la elaboración de productos para perros tales como casas, el cual produce cierta incomodidad en la mascota, así como en su salud.

Dotando al mercado de una nueva alternativa de producción con características significativas tanto para la economía del dueño de la mascota como para el animal. La investigación se enfatizó en identificar las diferentes razas existentes en el medio local a través del desarrollo de un diseño óptimo basado en un material que presta las condiciones adecuadas tales como el acondicionamiento térmico y acústico que la mascota requiere dentro de un ambiente adecuado para su confort.

En la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Guayaquil, de la Facultad de Ingeniería en Electrónica, los autores Bastidas Martínez y Rodríguez Sares, en el año 2018, propusieron el trabajo titulado “Diseño e implementación de una casa domótica para perros domésticos usando tecnología Raspberry Pi y Arduino con control a través de interfaz web”, con objetivo de brindar un cuidado ideal para los perros, facilitando la labor de los dueños, debido a que, por arduas labores cotidianas, se les imposibilita darle la atención que ellos necesitan mediante un sistema de acceso para el ingreso del can Bastidas Martínez & Rodríguez Sares, (2018).

Este proyecto tiene como finalidad el desarrollo de la casa domótica para perros, el cual permitirá tener un adecuado cuidado y que su dueña mantenga en control de su estado por medio de vigilancia, así como son servicios que permitirán que su alimentación sea automatizada, permanezcan en un ambiente seguro y con temperatura e iluminación correcta para su buen estado.

Las diferencias que el proyecto de investigación que se presenta es factible, tomaron en consideración su durabilidad, resistencia, maleabilidad, dimensión, grosor, peso y facilidad de manejo el cual los autores determinan el material idóneo para la construcción es el plywood marino el cual es resistente ante la humedad y el

sistema operado usando para la implementación es RASPBIAN debido a que interfaz gráfica facilita la interacción con el usuario.

En la Universidad Estatal Península de Santa Elena en Ecuador, de la Facultad de Ciencias Administrativas, la autora De la Cruz, en el año 2014, propuso el estudio titulado “Creación de microempresa de servicios para caninos dirigidos a turistas en el cantón La Libertad”, el cual tuvo como objetivo determinar cuán factible es la creación de la microempresa de servicios para caninos dirigido a los turistas del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, la misma que se dedicará al cuidado de mascotas por el tiempo que los clientes requieran necesario, la intención es brindar un servicio de calidad en cuanto a la estética y cuidado de ésta clase de animal mediante el servicio de peluquería, limpieza, spa, masaje, hospedaje y guardería, de manera responsable e innovadora con precios accesibles, llegando a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes y manteniéndonos a la vanguardia de la moda del cuidado canino (De la Cruz De la Cruz, 2013).

Las diferencias que el proyecto de investigación que se presenta es factible, mediante un estudio de mercado brindar un servicio canino dirigido a turista del cantón La Libertad se utilizó las técnicas de marketing realizando promociones, al ser una microempresa nueva se podrá promocionar el negocio creando vales de descuento y carnet del cliente.

2.2 Marco Conceptual

- **Prefactibilidad**

“La preparación de proyectos es el proceso que permite establecer los estudios de viabilidad técnica, económica, financiera, social, ambiental y legal con el objetivo de reunir información para la elaboración del flujo de caja del proyecto para tal efecto las entidades ejecutoras de proyectos deben realizar el estudio de Pre factibilidad para sus proyectos de inversión, para la realización de este se deben aplicar metodologías de preparación y evaluación de proyectos”. (Eumed.net, s.f.)

- **TIR o la Tasa Interna de Retorno**

Es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el BNA sea como mínimo igual a la inversión. Cuando se habla del TIR se habla de la máxima TD que cualquier proyecto puede tener para que se pueda ver como apto”. (Economía finanzas, 2017)

- **VAN o Valor Actual Neto**

(Economía finanzas, 2017) expresó “Se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa”.

- **Costo**

Se entiende por costo la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro. (Rojas, 2007).

- **Rentabilidad**

Es el beneficio económico obtenido por actividad comercial que implique la oferta de bienes y servicios. La rentabilidad es el criterio que mueve el desarrollo de las empresas de capitales y las empuja a la innovación constante, a la búsqueda de nuevos mercados, nuevas oportunidades de negocios, etc.” (Altahona, 2009)

- **Innovación**

Es sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad”. (Abreu, 2014)

- **Proceso**

“Es una serie sistemática de acciones dirigidas a lograr una meta. Es una secuencia de actividades, tareas o pasos, que transforman una entrada en salida”. (Rincón, 2017)

- **Animales Domésticos**

Los animales domésticos son pequeños o grandes animales que pueden llegar a ser domesticados por el hombre y, por tanto, convivir con ellos. Cuando pensamos en animales domésticos lo hacemos en perros, gatos, etc., pero también lo son los caballos, las gallinas, etc. porque son animales domesticados por el hombre (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Mascota**

Una definición ampliamente aceptada de la mascota como animal de compañía, la describe como aquel animal que se encuentra bajo control humano, vinculado a un hogar, compartiendo intimidad y proximidad con sus cuidadores, y recibiendo un trato especial de cariño, cuidados y atención que garantizan su estado de salud (Videla Díaz, 2014).

- **Perro**

El perro es un animal mamífero y cuadrúpedo que fue domesticado hace unos 10.000 años y que, actualmente, convive con el hombre como una mascota. Su nombre científico es *Canis lupus familiaris* (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Cuadrúpedo**

“Un cuadrúpedo es un animal que se traslada caminando sobre cuatro extremidades; la mayoría de los tetrápodos actuales son cuadrúpedos, aunque algunos, como los osos o los simios, también pueden caminar cortas distancias sobre dos extremidades” (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Bienestar Animal**

El bienestar animal es un concepto ambiguo, difícil de definir desde el punto de vista científico, pues deriva de una preocupación ética de origen social. Una definición: estado del animal debe que se encuentra en armonía con el medio, que tiene salud física y mental y cubierta sus necesidades específicas (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Piel**

La piel y el pelaje de tu perro conforman la primera barrera de protección contra los parásitos, hongos, bacterias y virus. Debido a esto, es muy importante controlar constantemente en la salud de la piel y pelo de nuestra mascota (Aspinall & Cappello, 2009).

- **La Nariz**

La nariz mojada del perro colabora para que el animal pierda el calor sobrante de su cuerpo, algo que realiza, ante todo, a través de su boca y lengua, gracias al jadeo (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Jadeo**

Los perros jadean para refrigerarse: abren la boca, sacan la lengua e inhalan aire a gran velocidad. Este complejo mecanismo les ayuda a liberar el exceso de calor de sus cuerpos (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Agua**

El agua es un compuesto con características únicas, de gran significación para la vida, el más abundante en la naturaleza y determinantes en los procesos físicos, químicos y biológicos que gobiernan el medio natural (Colombia, s.f.).

- **Hidratación**

“Es fundamental que nuestros perros o gatos tengan un acceso constante, libre e ilimitado al agua fresca. “En muchos casos, la gente les sirve platos gigantes de agua

en la mañana para todo el día, pero tenemos que considerar que durante el día esta se calentará y no será agradable para la mascota” (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Almohadillas**

“Las almohadillas ubicadas en la planta de la pata del perro tienen un tejido graso que aísla las capas internas de la pata del calor. Por esto, pueden soportar un poco las superficies calientes, pero no abusos, aun así, se pueden quemar y producir heridas dolorosas” (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Paseo en la tarde**

Es importante que en los días de calor adaptemos la rutina de paseo de nuestros animales para evitar los rayos UV. “La insolación también se presenta en perros y gatos, especialmente en aquellos que tienen el pelaje más claro”, la mejor hora para salir es durante la tarde y Para evitar complicaciones de salud y asegurarnos de que nuestra mascota esté en las mejores condiciones, tres claves que debemos considerar durante el verano y, especialmente, en los días de calor.

- **Usa protector solar**

Al igual que los seres humanos, la piel de nuestras mascotas puede verse afectada por la radiación ultravioleta. Por eso es importante aplicar bloqueador solar a los animales para evitar que se dañe la dermis, principalmente en la trufa y orejas en especial en nuestras mascotas de colores claros o con problemas de pigmentación.

- **Cucha**

Se denomina cucha o caseta a un pequeño habitáculo que se instala en espacios abiertos y sirve de refugio al perro doméstico. Tiene generalmente forma de casa con

techo a dos aguas y se recomienda que su tamaño sea proporcional al del animal que lo ocupa,¹²³ por la excesiva pérdida de calor en caso de ser muy grande, o bien por falta de espacio en caso de ser muy pequeña.

- **Térmicas**

Todas las máquinas reversibles que operan entre los mismos límites de temperatura tienen la misma eficiencia (Turnero, s.f.).

- **Comprar**

Es adquirir una cosa a cambio de cierta cantidad de dinero. La definición de comprar como una profesión dentro de la vida industrial y comercial de un conglomerado empresarial es la siguiente: comerciar es el acto de obtener el producto o servicio de la calidad correcta, al precio correcto, en el tiempo correcto (Heredia Viveros, 2007).

- **Emprendimiento**

Como aquel empresario que es innovador (y al emprendimiento como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013).

- **Temperatura**

La temperatura interna del paciente es una pista útil sobre el estado de salud de un animal. Es posible que la temperatura sea elevada (pirexia) en caso de infección o sepsis, o en casos de golpe de calor (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Virus**

Los virus son estructuras extremadamente pequeñas y sencillas incapaces de duplicarse fuera de las células del organismo. Son parásitos intracelulares obligados y a veces se clasifican como no vivos. Los virus tienen estabilidad variable, y a excepción de los virus de la viruela, los parvovirus y los rotavirus, no sobreviven bien fuera del huésped (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Tos**

La tos se define como un “reflejo que causa la expulsión repentina de aire de las vías respiratorias”. La tos es un signo clínico habitual en varios trastornos médicos, y es importante determinar si es seca y áspera o si es húmeda y productiva, porque ello condicionará el diagnóstico diferencial (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Pulgas**

Son insectos sin alas, aplanados lateralmente y de color marrón oscuro, capaz de desplazarse rápidamente por el pelaje o de saltar con sus patas especializadas. Sus aparatos bucales están adaptados para perforar la piel y succionar sangre (Aspinall & Cappello, 2009).

- **Ingresos**

“Son los valores de lo que se recibe por realizar una venta o una prestación de servicios, son las ganancias que entran al conjunto total del presupuesto de una organización, entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal”. (Ross, 2016)

- **Gestión**

“Se denomina gestión al correcto manejo de los recursos de los que dispone una determinada organización, este término puede abarcar una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en la utilización eficiente de estos recursos, en la medida en que debe maximizarse sus rendimientos”. (Ross, 2016)

2.3 Variables

2.3.1 Variable Independiente

Los costos de inversión, llamados también costos preoperativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo "en marcha" u operativo.

Es una manera más sencilla todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio.

2.3.2 Variables Dependiente

La doctrina del análisis contable guarda una notable uniformidad a la hora de definir la rentabilidad financiera, generalmente aceptada como un indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a favor de sus accionistas.

También es posible analizar la rentabilidad financiera desde la perspectiva de la combinación rentabilidad económica-apalancamiento. Así las compañías cuya fuente primaria de rentabilidad financiera es la actuación sobre la rentabilidad económica más que sobre el endeudamiento, deben caracterizarse por operar con elevados beneficios sobre activos totales, y financiar sus inversiones con una proporción significativa de recursos propios, ya que la opción por estructuras financieras muy

apalancadas, esto es, con recursos ajenos masivos, encarecería de tal modo el coste del pasivo que impediría la obtención de elevadas rentabilidades financieras.

Por su parte, otro grupo de compañías debe diseñar sus estrategias de rentabilidad intensificando sus políticas en base a un mayor endeudamiento, en tanto que sus márgenes no permiten rentabilidades económicas elevadas.

2.6 Operacionalización de las variables

Tabla 2

Tabla conceptualización de las variables

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Costo de Inversión “El costo de la Inversión nos permite describir y cuantificar cuales serán nuestros efectos, tanto positivos como negativos, es una técnica utilizada por todos los empresarios e inversionista que permita valorar cuál será su monto de inversión, su aspecto social, económico y ambiental. (Domínguez 2015 s/p)	Estudio de mercado	% en la participación del mercado	¿Cree necesario adquirir una casa térmica para su mascota?	Encuesta mediante un cuestionario al consumidor.
		Número de clientes	¿Le gustaría que existiera en el mercado la casa térmica para mascotas?	
	Estudio técnico	Distribución Geográfica	¿Cuál es el monto de inversión que usted considera necesario en la creación de una empresa de casa térmicas para mascotas?	
		Costo del proyecto	¿De acuerdo a su conocimiento qué requisitos legales debe cumplir la casa térmica antes de ser comercializado?	
		Cronograma de inversión		
Tamaño y Capacidad				

2.7 Conclusión

En el segundo capítulo se desarrolla el estudio teórico, analizando los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal, financiero y económico. Se toma en referencia diferentes modelos de negocios para analizar el objeto de estudio para desarrollar la investigación. permite tener idea de la localización de proyecto, asimismo se define los perfiles del personal que se requiere en la microempresa, y cuáles son los gastos e ingresos proyectados. estos estudios permiten reconocer si el proyecto es viable.

Capítulo III

3 Marco Metodológico

3.1 Plan de Investigación

Por su parte el autor (Sabino, 2002, pág. 34) definió “Una investigación puede definirse como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento”.

(Cervo & Bervian, 1989) indicó “Se define la investigación como una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuestas a preguntas mediante el empleo de procesos científicos” (p. 41).

El diseño descriptivo comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.

El diseño de campo se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios.

3.2 Tipos de Investigación

Tabla 3
Características

Explicativo	Explorativo	Descriptivo	Correlacional
<p>Los estudios explicativos parten de problemas bien identificados en los cuales es necesario el conocimiento de relaciones causa- efecto. En este tipo de estudios es imprescindible la formulación de hipótesis que, de una u otra forma, pretenden explicar las causas del problema o cuestiones íntimamente relacionadas con éstas.</p> <p>Jiménez (1998) p. 13</p>	<p>La investigación exploratoria, también llamada formativa (Selltiz), permite conocer y ampliar el conocimiento sobre un fenómeno para precisar mejor el problema a investigar. Puede o no partir de hipótesis previas, pero al científico aquí le exigimos flexibilidad, es decir, no ser tendencioso en la selección de la información. En la investigación exploratoria se estudian qué variables o factores podrían estar relacionados con el fenómeno en cuestión, y termina cuando uno ya tiene una idea de las variables que juzga relevantes, es decir, cuando ya conoce bien el tema. Cazau (2006) p. 26</p>	<p>Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales. El problema muchas veces es de naturaleza práctica, y su solución transita por el conocimiento de las causas, pero las hipótesis causales sólo pueden partir de la descripción completa y profunda del problema en cuestión. Jiménez (1998) p. 12</p>	<p>Tiene como finalidad medir el grado de relación que eventualmente pueda existir entre dos o más conceptos o variables, en los mismos sujetos. Más concretamente, buscan establecer si hay o no una correlación, de qué tipo es y cuál es su grado o intensidad (cuán correlacionadas están).</p> <p>Cazau (2006) p. 27</p>

3.3 Fuentes de Información

3.3.1 Fuentes Primarias

La información primaria que obtengamos de primera mano será la más valiosa y la que aporte en la búsqueda de resultados efectivos, claros y concisos orientados a resultados de nuestra investigación. El uso de los recursos que se empleen para la obtención de la información primaria incidirá en los resultados que necesitemos. En forma paralelo la información secundaria será el complemento que se necesitará como fuente confiable para ampliar la información y que esta brinde detalles o hallazgos para la consecución de lo que deseamos.

3.3.2 Fuentes Secundarias

Fuentes derivadas. Bounocore (1980) las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizado”.

Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiples fuentes entre otros.

Se refiere todo en cuanto a toda la información escrita, bibliográfica, (texto, ensayos, informes, documentos, etc.) o periodísticos (revistas, publicaciones, etc.), datos que proporciona el INEC, Ministerio, el Municipio de Guayaquil, entre otras entidades que proporcionen información útil para el proyecto.

Encuesta: Aplicadas al usuario, para analizar sus necesidades.

Entrevista: Aplicadas a Médicos Veterinarios especializados en el tema.

3.4 Población

Se dice que la población es el total de fenómeno de estudio, donde está incluido la totalidad de análisis que conforman dicho fenómeno y que debe medir para un determinado estudio que comprenden un conjunto N de fenómenos que participan de una característica en un común y se lo llama población porque comprende la totalidad de los fenómenos descritos para investigación.

El proyecto de prefactibilidad está dirigido a la población de la Ciudad de Guayaquil Parroquia Tarqui, el cual cuenta con una población de 1'050,826.00 con un extracto social media-alta con una edad promedio de 12 años en adelante, ya que es un producto para dueños de mascotas.

Población Finita

Tienen un tamaño definido, es decir el investigador puede identificar la cantidad de personas que la conforman, además constan registros documentales de estos elementos.

Población Infinita

No tienen un tamaño definido, es en la cual se desconoce la totalidad de las personas que la conforman, porque no hay registros que lo evidencie, puesto que su elaboración sería casi imposible.

Población Objetivo:

Tabla 4

Localidad

Universo	Cantidad Habitantes	Cantidad Hogares
Provincia de Guayaquil	2'291,000.00	
Parroquia Tarqui	1'162,484.00	
Urbanización La Romareda III etapa	695	Etapa III 139 lotes

3.5 Tamaño de la Muestra

Muestra un subgrupo de la población, es decir un subconjunto de unidades que corresponden a un conjunto con características determinadas, en este caso la población. En pocas ocasiones se puede computar a una población entera, por ello se debe escoger una muestra de la misma, esperando que el subconjunto sea la viva imagen del conjunto población.

Muestreo

Herramienta de indagación científica y la función básica que tiene es establecer que parte del todo del estudio en este caso la población o universo deberá ser examinada con el propósito de realizar conclusiones sobre dicha población. Es decir, no es otra cosa que una técnica o el procedimiento que se empleara para adquirir una o más muestra de una población total.

Tabla 5

Muestra

Pobladores Urbanización La Romareda Etapa III	247
Entrevista aplicada	2
Médicos veterinarios	249

Simbología

n= tamaño de la muestra

PQ= Varianza población (0,25)

N= Tamaño de la población admisible (695)

E= Error máximo admisible (7%)

K= Corrección de error (2)

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

$$n = \frac{0,25 \times 695}{K^2}$$

$$\frac{(695-1) \cdot 0.05^2}{2^2} + 0,25$$

$$n = \frac{174}{(694) \cdot 0.0025 + 0,25}$$

$$n = \frac{174}{(694) (0.000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{174}{(43375) + 0,25}$$

$$n = \frac{174}{(43375) + 0,25}$$

$$n = \frac{174}{434}$$

$$n = \boxed{249}$$

Métodos y Técnicas de Investigación

Tabla 6

Sistemática

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Procedimientos de la Investigación

Se realizó la encuesta a 247 residentes de la Urbanización La Romareda III Etapa, se planteó un objetivo cubrir la necesidad de los dueños de mascotas por los cambios

de temperaturas que sufren los canes y que los usuarios adquieren un nuevo producto casa mascota térmicas.

El instrumento contiene instrucciones, para que los usuarios de la urbanización tengan las pautas como deberán realizar la encuesta, el cual contiene diez preguntas cerradas la cuales son de importancia para determinar cómo los usuarios velan por el bienestar, beneficios de sus mascotas y que importancia tienen los canes dentro de sus hogares.

Por medio de la encuesta se pudo determinar que los dueños de mascotas si tienen prioridad en el cuidado de sus mascotas y están preocupados por el golpe de calor que provoca en sus animales domésticos los cuales desean adquirir la casa térmica para sus mascotas.

Se realizó dos entrevistas a dos especialistas (médicos veterinarios) donde se dio a conocer las diferentes propuestas y necesidades de las mascotas en los cambios climáticos de nuestro país en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil, los beneficios que tendrán las mascotas, calidad de vida, bienestar y conocimiento para transmitir a los dueños de las mascotas.

Los médicos veterinarios indicaron que las casas térmicas de mascotas son necesarias para los dueños de mascotas adquirirla que los principales muertes o infarto se deben, las altas temperatura que hay en Guayaquil.

3.6 Conclusión

En el tercer capítulo de la propuesta se va a estudiar el diseño de la investigación e identificar los tipos de investigación adecuados para la elaboración del proyecto. Se define el tipo de población y la muestra correspondiente. Se detalla los métodos,

técnicas y procedimientos básicos para realizar el análisis de información por parte de la población.

Capítulo IV

4. Formulación del Proyecto

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el método correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la indique las conclusiones a las cuales llega la investigación, se realizó la encuesta a 247 residentes de la Urbanización La Romareda III Etapa, se planteó un objetivo cubrir la necesidad de los dueños de mascotas por los cambios de temperaturas que sufren los canes y que los usuarios adquieren un nuevo producto casa mascota térmicas, la formulación de las mismas se basó en las 4P, producto/servicio, precio, plaza, promoción además de tener en consideración la competencia. Los resultados de los encuestados fueron favorables para la investigación demostrando que para este tipo de microempresa de creación existe en la actualidad un alto nivel de aceptación por parte de los consumidores.

En este caso, se realizaron dos entrevistas a médicos veterinarios propietario de Pet Service y Peluquería, cada entrevista consta de un total de siete preguntas las mismas que fueron analizadas en base al bienestar animal y los cambios climáticos de nuestro país, la elaboración de un producto nuevo en el mercado como la casas térmicas para mascotas, fue posible identificar la importación y los beneficios que esta daría para los propietarios de mascotas y las mismas con el único fin del confort térmico.

Se realizó, 247 encuestas las cuales estuvieron direccionadas residentes de la Urbanización La Romareda III Etapa; el cuestionario estuvo diseñado con diez preguntas con el objetivo de determinar la aceptación que tendría la casa térmica

como un nuevo producto en la parroquia de Tarqui del cantón Guayaquil, a través del análisis de la información obtenida; las cuales nos permitió brindar las necesidades de una casa térmica cabe mencionar que el bienestar animal no se base solo en la alimentación, cuidados, la limpieza diaria del habitat que ocupa las mascota, sino también el confort que tendrán al momento de descansar.

Los resultados obtenidos, demostraron que la mayoría de residentes tienen a sus mascotas que descansan y duermen al aire libre; pocos dueños de mascotas cuentan con casas de plásticas, madera y de hormigón la propuesta de la elaboración de casa térmicas para mascota es una idea muy acepta por los consumidores por que tendrán muchos beneficios para sus mascotas.

Se realizó un estudio de mercado catalogando los aspectos primordiales y las tendencias de los consumidores; para el marketing mix como el análisis, identificación y estructuración del producto/servicio a ofertar, precio referencial en el mercado, la plaza que encapsula la zona y a las partes interesadas; y finalmente la parte de promoción la cual menciona un plan de publicaciones en redes sociales, artes a postear, y otros medios de publicidad a efectuar.

4.1.1 Interpretación de los resultados

Encuesta

Por medio de esta técnica de investigación la cual se realiza en la ciudad de Guayaquil en la Urbanización La Romareda III Etapa, los residentes al conocer los beneficios de la casa térmicas para mascotas; adquirirán el producto para sus mascotas en los centros comerciales o veterinarias; La finalidad con la que se aplica la encuesta es conocer la participación del mercado de las microempresas en relación

de casas para mascotas se obtiene la información y se realiza el respectivo análisis e interpretación de resultados y se presentan mediante el uso de tablas y figuras.

1. ¿Cree necesario adquirir una casa térmica para su mascota?

Tabla 7

Adquisición

Pregunta 1		
Opciones	Resultados	%
Si	148	60%
No	51	19%
Tal vez	48	21%
	247	100%

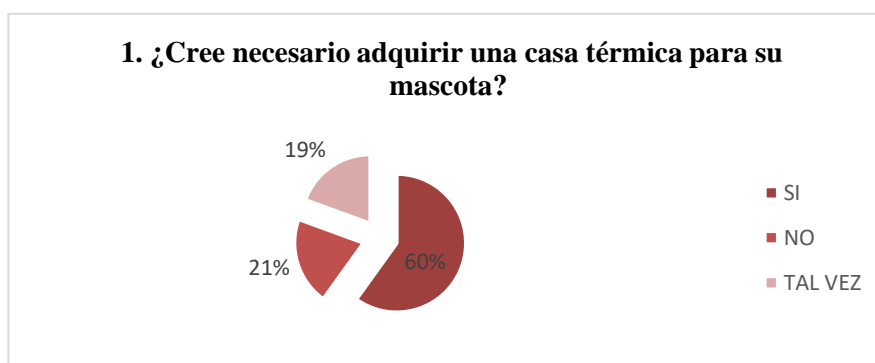


Figura 2. Adquisición de casa térmica

Interpretación:

Los habitantes de la urbanización la Romareda, se mostraron muy interesados en la adquisición de una casa térmica para mascota, los cuales indicaron que este producto les resulta muy interesante para el bienestar de las mascotas ya que en el sector el sol pega muy fuerte y es perjudicial para ellos, los resultados de las encuestas demuestra que un 60% de los habitantes adquiriría la casa térmica, un 21% no es necesario adquirir la casa térmica y un 19% de encuestados tal vez adquirirá la casa térmica.

2. ¿Le gustaría que existiera en el mercado la casa térmica para mascotas?

Tabla 8
Mercado

Pregunta 2		
Opciones	Resultados	%
Si	198	80%
No	32	13%
Tal vez	17	7%
Total	247	100%

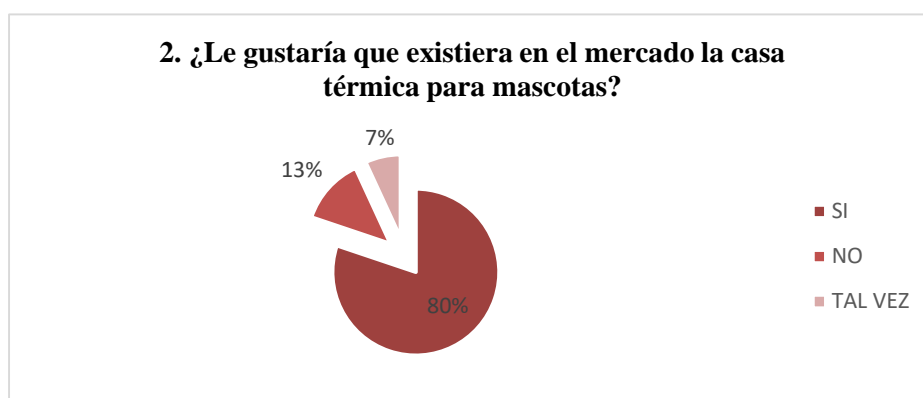


Figura 3. Mercado de casa térmica

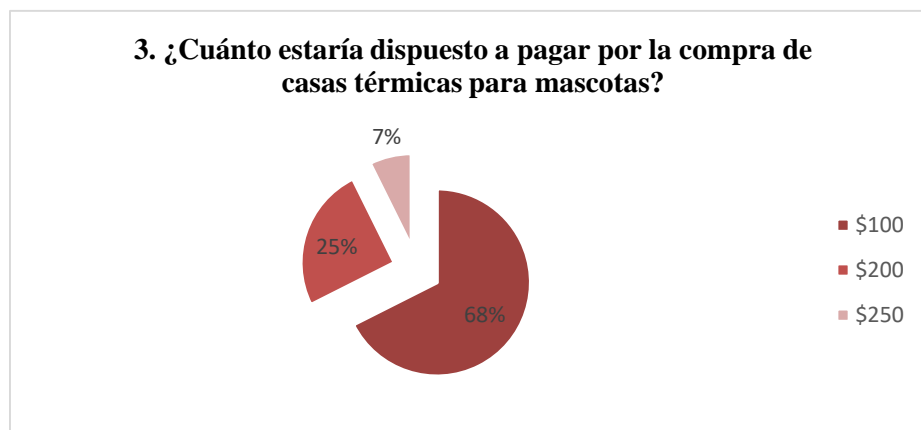
Interpretación:

De la muestra indicaron que no tenían conocimiento que es una casa térmica para mascota como tal, el 80% indicó que si les gustaría que el mercado existiera este producto novedoso y que en los supermercados existen casa elaboradas de madera, metal, ya que las casas plásticas que adquirieron para las mascotas sofocan mucho y esto produce excitación a las mascotas por lo cual no es beneficio mantener a las mascotas en esas circunstancias, el 13% no cree necesario y un siete% de los encuestados respondió tal vez le gustaría que se comercialice este producto.

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de casas térmicas para mascotas?

Tabla 9

Consumidores



Pregunta 3

Opciones	Resultados	%
\$100	175	68%
\$200	65	25%
\$250	7	7%
Total	247	100%

Figura 4. Valor por compra de casa térmica

Interpretación:

El precio en la adquisición de una casa térmica, influye al momento de los consumidores para decir la compra, los encuestados nos indicaron de la urbanización la Romareda que conocen los precios existentes en el mercado que está más alto de \$100 siendo esta una casa de madera, plástica o metal. El 63% están dispuestos a adquirir una casa térmica por los beneficios y los materiales que estén elaborados no causen un malestar a las mascotas por una inversión de \$100, el 25% cancelaría \$200 teniendo en consideración que la casa mantendrá la temperatura adecuada para los canes y el siete por ciento el valor de \$250.

4. ¿Su mascota tiene pelaje?

Tabla 10

Pelaje

Pregunta 4		
Opciones	Resultados	%
Corto	165	67%
Largo	82	33%
Total	247	100%

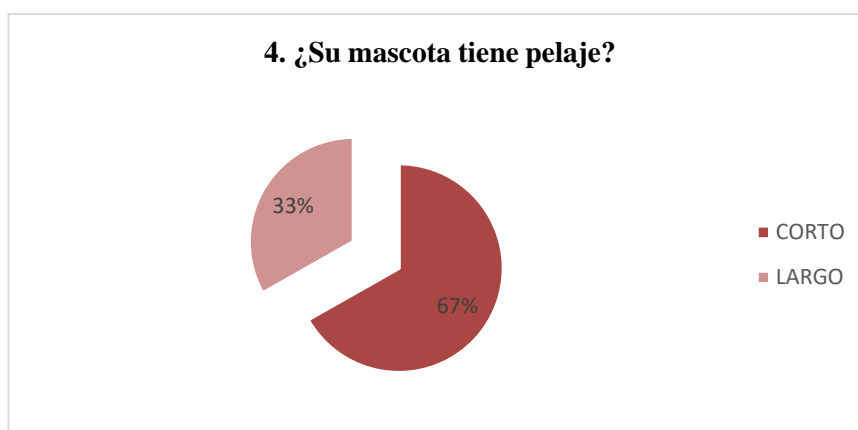


Figura 5. Pelaje de mascota

Interpretación:

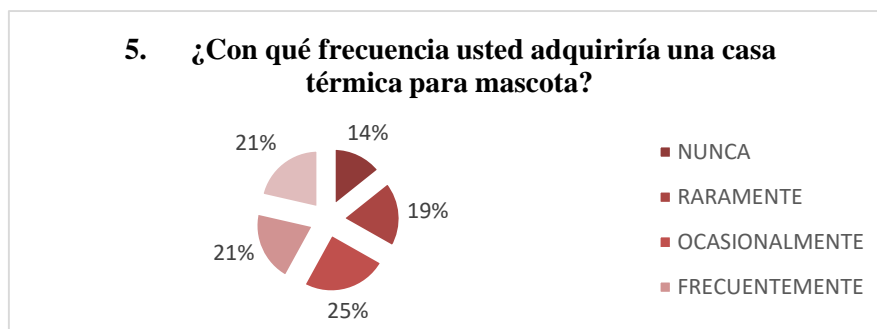
Los habitantes de la Urbanización la Romareda indicaron que ellos tienen perros con pelaje corto debido a que en Guayaquil el golpe de calor es más fuerte y están conscientes que en la sierra el clima es más fresco para los perros con pelaje largo.

Los dueños de mascotas con pelaje largo indicaron que les realizan peluquería a las mascotas cada 30 días debido que se ensucian y se les hace nudo el pelaje el cual puede provocarles garrapatas, pulgas y la babesia es una enfermedad que pueden matar a las mascotas si no toman estas precauciones, el 67% de los canes tiene pelaje corto y un 33% cuenta con pelaje largo.

5. ¿Con qué frecuencia usted adquiriría una casa térmica para mascota?

Tabla 11

Compra



Pregunta 5		
Opciones	Resultados	%
Nunca	34	14%
Raramente	47	19%
Ocasionalmente	62	25%
Frecuentemente	52	21%
Muy frecuente	52	21%
Total	247	100%

Figura 6. Frecuencia de casa térmica

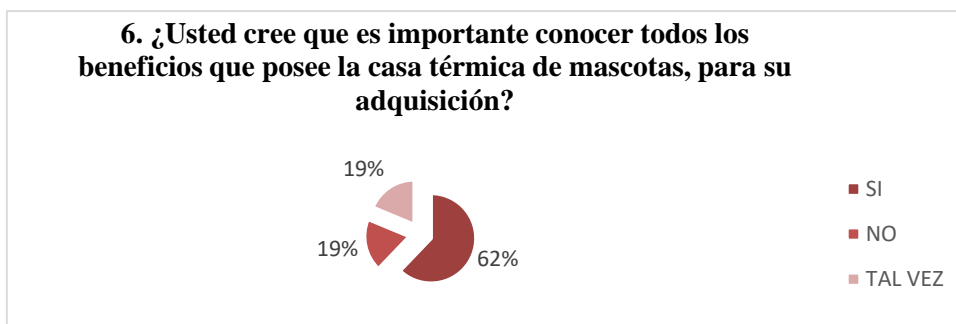
Interpretación:

El estudio demostró que un 21% lo usuaria muy frecuente porque las mascotas tendrían un espacio propio para descansar, con el beneficio que la temperatura va de acuerdo con el peso y pelaje de los canes, esto facilita que puedan estar en el patio con sombra y temperados, sin preocuparse por el golpe de calor que puedan sentir, esto demuestra el interés de la población del sector de Guayaquil, lo que resulta beneficioso para el proyecto de creación de casa térmicas para mascotas, el 21% respondió frecuentemente, el 25% respondió ocasionalmente, se realizarán campañas por redes sociales, demostrando los beneficios y el bienestar que tendrán sus mascotas, un 19% respondió raramente y el 14% no lo usuaria nunca.

6. ¿Usted cree que es importante conocer todos los beneficios que posee la casa térmica de mascotas, para su adquisición?

Tabla 12

Beneficios



Pregunta 6

Opciones	Resultados	%
Si	157	62%
No	45	19%
Tal vez	45	19%
Total	247	100%

Figura 7. Importancia de beneficios casa térmica

Interpretación:

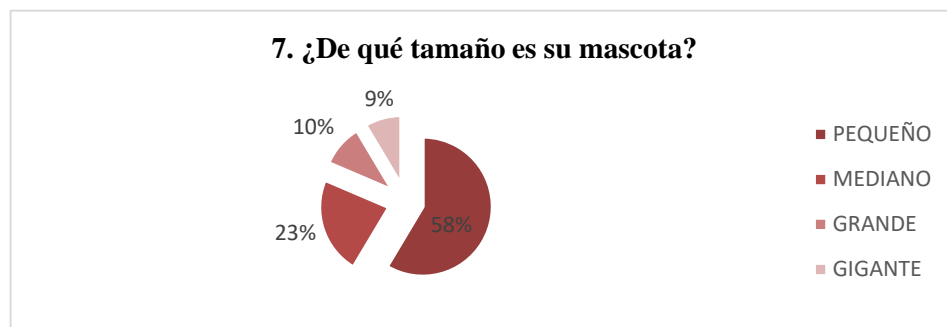
Los resultados de las encuestas indicaron que un 62% de los habitantes si necesitan conocer los beneficios como tal y que le gustaría que la casa térmica tenga indicadores de cómo utilizar el producto y si la casa viene con garantía, cual es el modo de limpieza, si al momento de movilizar la casa térmica se dañaría o no afectaría llevarla en otra parte, el 19% de los encuestados indicaron que tal vez es necesario conocer los beneficios y un 19% indico que no.

Uno de los puntos importantes es conocer el peso de la mascota, si es el correcto para las dimensiones de la casa térmicas y cuál sería la temperatura correcta para las mascotas.

7. ¿De qué tamaño es su mascota?

Tabla 13

Tamaño



Pregunta 7		
Opciones	Resultados	%
Pequeño	69	58%
Mediano	95	23%
Grande	52	10%
Gigante	31	9%
Total	247	100%

Figura 8. Tamaño de mascota

Interpretación:

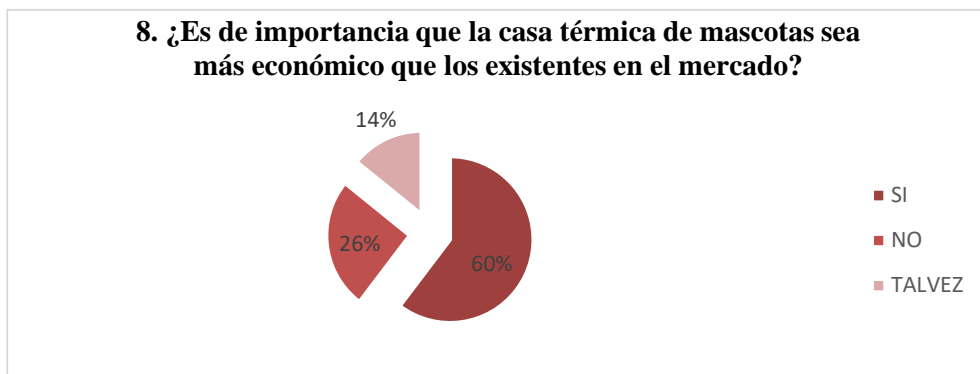
Mediante una tabla el cual indicaba los pesos de los perros, los habitantes de la urbanización La Romareda conocieron cual es el tamaño de su mascota los mismo que desconocían dicha información: raza pequeña 1 a 10 kg / raza mediana 11 a 25kg / raza grande 26 a 44kg / raza gigante 45 a 100kg.

Para determinar el peso de las mascotas, se consulta cual fue la última consulta con el veterinario y que recordaran cual era el peso que le indicaron, gracias a esta información se los oriento cual es el tipo de casa térmica que necesitaría su mascota, los resultados de las encuestas demuestran el 58% mascota de raza pequeña, 23% raza mediana, 10% raza es grande y un nueve por ciento es raza gigante.

8. ¿Es de importancia que la casa térmica de mascotas sea más económica que los existentes en el mercado?

Tabla 14

Precios



Pregunta 8		
Opciones	Resultados	%
Si	149	60%
No	63	26%
Tal vez	35	14%
Total	247	100%

Figura 9. Importancia del precio de casa térmica

Interpretación:

Las encuestas realizadas a los habitantes de la urbanización la Romareda indicaron que un 60%, si desean adquirir la casa, pero que los costos deben de ser accesibles como las casas para mascotas que ya existen en el mercado el motivo es por qué no podrán adquirir un producto mayor a \$200 debido a la economía que tiene el país, pero si estarían dispuestos a comprar la casa térmica para el beneficio de las mascotas por la innovación y la tecnología que estas tendrías, el 26% de los encuestados indicaron que si debe de ser más económico y el 14% de los habitantes indicó que no.

9. ¿Es necesario para usted encontrar la casa térmica de mascotas en las tiendas y veterinarias en el sector?

Tabla 15

Sector



Pregunta 9		
Opciones	Resultados	%
Si	143	58%
No	44	18%
Tal vez	60	24%
Total	247	100%

Figura 10. Casas térmicas en tiendas y veterinarias

Interpretación:

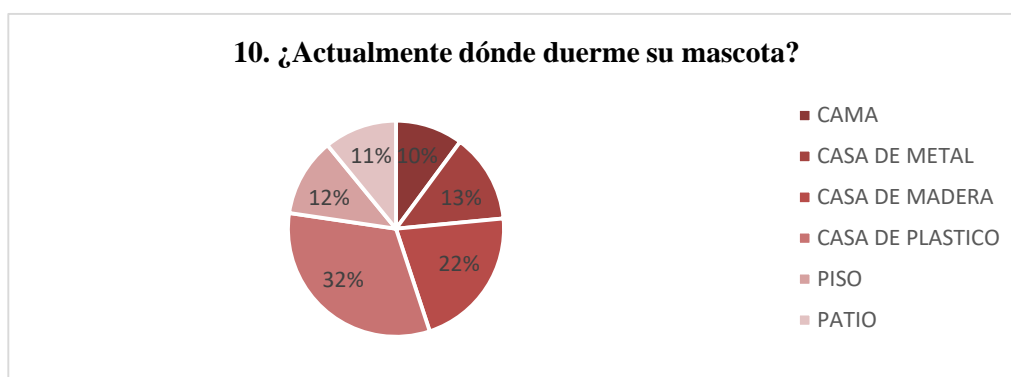
El 58% de los encuestados indicaron que les gustaría que la casa térmica este en los consultorios veterinarios del sector, el cual les motivaría adquirir en ese momento el producto cuando las mascotas estén en consulta médica o baño medicado, les parece novedoso encontrar en los centros comerciales las diferentes casas térmicas de todos los tamaños y poder adquirirla al momento de realizar la compra de la comida de los canes, el 24% no cree necesario encontrar la casa térmica cerca del sector y el 18% de los encuestados respondió que no es necesario.

10. ¿Actualmente dónde duerme su mascota?

¿Actualmente dónde duerme su mascota?

Tabla 16

Camas



Pregunta 10

Opciones	Resultados	%
Cama	25	10%
Casa de Metal	33	13%
Casa de Madera	53	22%
Casa de Plástico	80	32%
Piso	29	12%
Patio	27	11%
Total	247	100%

Figura 11. Lugar donde duermen las mascotas

Interpretación:

Mediante las encuestas realizadas a los habitantes se determinó que el 32% de las mascotas duermen en una casa plástica, el 22% indicó que duermen en una casa de madera, el 13% tiene a sus mascotas en una casa de metal, el 12% indicó que sus mascotas duermen en el piso y no cuentan con un lugar para descansar, el 11% de la población tiene a las mascotas en el patio y el 10% ha adquirido una cama.

Análisis general de las encuestas

La encuesta se aplica a la muestra extraída de la población objeto del estudio mediante el instrumento del cuestionario a total de 247 residentes de la Urbanización La Romareda III Etapa, el mismo se estructura en 10 preguntas. Los resultados obtenidos se sintetizan a continuación:

El 80% de los encuestados indican que si les gustaría que el mercado existiera este producto novedoso e innovador; que en los supermercados existen casa fabricadas de madera, metal, y que las casas plásticas existente en el mercado sofocan mucho y esto produce excitación a las mascotas por lo cual no es beneficio mantener a las mascotas en esas circunstancias, el 13% no cree necesario y un siete por ciento de los encuestados respondió tal vez le gustaría que se comercialice este producto.

El precio en la adquisición de una casa térmica, influye al momento de los consumidores para decir la compra, que conocen los precios existentes en el mercado que está más alto de \$100 siendo esta una casa de madera, plástica o metal. El 63% están dispuestos adquirir una casa térmica por los beneficios, que el valor que están dispuesto adquirir como inversión es de \$100, pero la casa térmica teniendo más beneficio si la comprarían por el valor que este en el mercado; pero al mismo tiempo se establece el reto de ofrecer un servicio de calidad.

La microempresa debe de contar con 58% de casas térmicas en los consultorios veterinarios del sector, el cual les motivaría adquirir en ese momento el producto cuando las mascotas estén en consulta médica o baño medicado, les parece novedoso encontrar en los centros comerciales las diferentes casas térmicas de todos los

tamaños y poder adquirirla al momento de realizar la compra de la comida de los canes; El estudio demostró que el concepto de una casa térmica para mascota está relacionado con los beneficios y las leyes de los animales. De allí que hay que trabajar en una campaña orientada a cambiar ese concepto de muchos dueños de mascotas que no los tienen bien cuidado y lograr que captarlos como clientes de la microempresa de elaboración de una casa térmica en la ciudad de Guayaquil.

Se finaliza el análisis determinando por la respuesta en un 62% de los encuestados que existe el interés basado en una necesidad de utilizar este servicio, lo cual demuestra el crecimiento del interés de la población del sector de Guayaquil en este tipo de empresa, lo que resulta beneficioso para el proyecto de creación de la microempresa de proyecto prefactibilidad en la elaboración de casas térmicas para mascotas en el cantón guayaquil.

Entrevista

Esta técnica permite el dialogo entre el entrevistador (persona interesada) y el entrevistado (quien aporta) con el principal objetivo de conseguir información que será de relevancia para el estudio de mercado del proyecto; fue dirigida a médicos veterinarios, al igual que la encuesta se formuló un cuestionario con la finalidad de filtrar los diferentes datos que fueran a proporcionar.

Conocer las diferentes propuestas y necesidades de las mascotas en los cambios climáticos de nuestro país en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil al adquirir un nuevo producto de elaboración de casas térmicas para mascotas.

Ciudad: Guayaquil

Fecha: 16/10/19

Lugar: VETERINARIA PET SERVICE

Hora de inicio: 14:45pm

Hora finalización: 15:30 pm

Nombre del entrevistado: Dr. Ricardo Ramírez

Nombre del entrevistador: Daniel Alexander Silva

Formulario

1.- ¿Usted accedería adquirir una casa térmica de madera para sus clientes para el bienestar de las mascotas?

Claro, sobre todos los canes que tienen hipotermia como por ejemplo Chiguaguas ya que es una raza muy nerviosa; la salud es muy fuerte, aunque delicados con los cambios de temperatura.

En el síndrome respiratorio braquiocefálico que se presenta en las siguientes razas de canes como: Bulldog Inglés, Bulldog Francés, Pug carlino, Boston Terrirer, Shar Peig, American Bully, Bóxer, Shih Tzu y Pekinés; es necesario mantener la temperatura correcta debido que al no respirar correctamente los canes braquiocefálico el ritmo cardiaco y respiratorio aumenta y el espacio muerto de la vía área impide que haya una buena oxigenación por lo tanto exista una intoxicación por dióxido de carbono produciendo la muerte celular y la difusión de todos los órganos.

2.- ¿Al Adquirir una casa térmica a comparación de una plástica, usted verificaría los precios?

Si, debido que el plástico es más económico, se puede trasladar de un espacio a otro y la limpieza de este tipo de material de casa de mascotas es más rápido y se puede realizar una limpieza profunda; pero el sol en la mañana es bueno para las mascotas, a partir de las 10:00 am es dañino y el calor encierra la casa de plástico sofocando al can.

3.- ¿Al momento de realizar una compra para su mascota revisa el valor o el beneficio?

Por supuesto debido a la economía del momento, en mi caso hay meses que puedo adquirir algo con más beneficios y calidad; ya que muchas veces el valor no influye con la calidad del producto, pero no me aparto el beneficio que esta pueda ofrecer.

4.- ¿Al momento de adquirir la casa térmica para su mascota cree que la compra fue necesaria?

Claro, viendo las cualidades y necesidades que tendrá la casa térmica para mi mascota (Black) la compra fue muy necesaria.

5.- ¿Para usted cuales son las principales causas de golpe de calor en las mascotas?

El cambio climático y el entorno que viva las mascotas influye en los jadeos de los perros, lo cual son los principales golpes de calor y el lugar donde habita el can tenga una buena asepsia; porque si tiene un lugar sucio y desordenado el calor

aumenta en ese lugar y mientras más limpio este el lugar más climatizado estará para ellos.

6.- ¿Qué opinaría usted del producto de elaboración de casas térmicas para mascotas?

Es muy necesario e innovador ya que el clima de esta región es muy cálido lo cual en muchas circunstancias favorece a las molestias que pueden pasar nuestras mascotas, también a la propagación de microorganismo como las pulgas y garrapatas están aumentan por el clima y afectan a las mascotas.

7.- ¿Considera usted que las mascotas deben de tener un lugar apropiado y cómodo para su descanso?

Si, ya que la parte principal para el desarrollo de nuestras mascotas es dormir y es apropiado y necesario darle un espacio para su descanso.

Ciudad: Guayaquil

Fecha: 16/10/19

Lugar: Veterinaria Pet Service

Hora de inicio: 15:40pm

Hora finalización: 16:20 pm

Nombre del entrevistado: Dra. Joseline Arana G.

Nombre del entrevistador: Daniel Alexander Silva

Formulario

1.- ¿Usted accedería adquirir una casa térmica de madera para sus clientes para el bienestar de las mascotas?

Si, la pondría en estantería en este momento de la Veterinaria Pet Service; por ejemplo, para perros hieráticos (perritos mayores) sería muy bueno la adquisición debido que ellos descansan un poco más.

2.- ¿Al Adquirir una casa térmica a comparación de una plástica, usted verificaría los precios?

Una casa plástica no la compraría por que el calor se concentra más, una casa térmica es beneficiosa para la salud; actualmente han venido diez canes con gripe debido que los dueños los dejan en los patios o los dejan dentro de la casa con aire acondicionado.

No porque la casa térmica sea más bonita, sino porque es necesario, les ayudará a las mascotas en su salud.

3.- ¿Al momento de realizar una compra para su mascota revisa el valor o el beneficio?

Realmente no reviso los precios al momento de comprarle algo a mi perro, verifico los beneficios de dos productos cual será mejor para él ya que ocupa un lugar como miembro de la familia y debe de tener sus cosas de primera necesidad.

4.- ¿Al momento de adquirir la casa térmica para su mascota cree que la compra fue necesaria?

Si fue necesario, compraría dos casas para mi mascota y la recomendaría debido a la innovación y tecnología más los beneficios que esta tendrá para él.

5.- ¿Para usted cuales son las principales causas de golpe de calor en las mascotas?

Cuando los sacan a pasar al medio día, tanto que el sol pega en el pavimento y esto afecta a las almohadillas unas de las principales causas golpes de calor es dejar a las mascotas en el patio en estos momentos el sol es malo y solo con dejarlos en 10 minutos les puede afectar faltando oxígeno.

6.- ¿Qué opinaría usted del producto de elaboración de casas térmicas para mascotas?

Es una súper buena idea, debido que es un proyecto que no tiene competencia en el mercado actual y el bienestar animal ahora es considerado una ley.

7.- ¿Considera usted que las mascotas deben de tener un lugar apropiado y cómodo para su descanso?

Los perros son más susceptibles a las temperaturas extremas y a la humedad. Por eso, debe asignar un lugar seguro y cómodo para tu mascota. No se recomiendan terrazas, ni lugares donde el sol pueda provocar temperaturas altas.

Análisis general de las entrevistas

De acuerdo a las entrevistas realizadas se formularon preguntas las cuales revelen o detallen la importancia, de un espacio apropiado para las mascotas y la necesidad que deben de estar en clima temporizado, ambos entrevistados en la segunda pregunta indicaron que el valor es una parte muy importante para adquirir una casa térmica debido la economía, pero no se aparte del beneficio que esta tendrá para sus mascotas y las enfermedades que se podrán prevenir como la gripe, garrapatas y pulgas.

La entrevista estuvo orientada a médicos veterinarios de la ciudad de Guayaquil, es una compañía donde brindan servicios de peluquería, hospedaje, cirugía, cesáreas, consultas veterinarias, cremación, inseminaciones y consultas a domicilio para animales cuentan con dos sucursales y cuentan con buenas recomendaciones.

Ambos entrevista señalaron que los canes con síndrome respiratorio braquiocefálico que se presenta en las siguientes razas de canes como: Bulldog Inglés, Bulldog Francés, Pug carlino, Boston terrier, Shar peig, American Bully, Bóxer, Shih Tzu y Pekinés; es necesario mantener la temperatura correcta debido que al no respirar correctamente los canes braquiocefálico el ritmo cardiaco sube, los

jadeos son constante y su respiración se vuelve muy rápido la cual produce desmayo o infarto en la mayoría de los canes.

La elaboración de la casa térmica como proyecto es muy necesario e innovador ya que el clima de esta región es muy cálido lo cual en muchas circunstancias favorece a las molestias que pueden pasar las mascotas y la propagación de microorganismo. Por eso, debe asignar un lugar seguro y cómodo para las mascotas. No se recomiendan terrazas, ni lugares donde el sol pueda provocar temperaturas altas.

La calidad, servicio, responsabilidad, transparencia y respeto son aspectos primordiales que se vuelven fundamentales para decidir la compra de una casa térmica para mascota; así mismo manejarse dentro del presupuesto acordado satisfaciendo las necesidades o requerimientos necesarios para el éxito del proyecto.

4.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado se realiza la Parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil a los habitantes de la Urbanización la Romadera tercera etapa, se busca identificar las preferencias, opiniones y necesidades de los habitantes en relación de casas para sus mascotas; así mismo se analiza la percepción de los médicos veterinarios Pet Service a fin de identificar los aspectos referentes a la gestión y viabilidad de la microempresa de innovación de este tipo de negocio.

Para el análisis de mercado se realiza un estudio a variables fundamentales para todo proyecto, negocio u organización estas variables constituye a la estructura del mercado como el análisis de la demanda, análisis de la oferta, análisis de precios siendo ejes principales para llevar a cabo el mencionado estudio, además se analizara a la competencia, proveedores, el producto, promociones y a los clientes potenciales, con la finalidad de obtener la información pertinente evaluando el costo y el

beneficio que cada de una de estas variables y que impacto tendría en la rentabilidad, es decir que tan viable es el proyecto, asimismo realizar una adecuada toma de decisiones y llegar al mercado ofreciendo el producto y servicio de manera óptima y oportuna.

El mercado está conformado por la totalidad de compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que se vaya a ofrecer, es por tal razón que se realiza el estudio de mercado que servirá como directriz para la creación de un nuevo servicio de jardinería y paisajismo y este será una herramienta (González, 2008).

4.2.1 Microambiente



Figura 12. Instalaciones de Superpatitas House
 Nota. *Obtenido de: Google Imágenes (2020)*

La empresa de Superpatitas House, estará ubicada en la parroquia Rocafuerte, en las calles Padre Solano y Mendiburo esquinera, del Instituto Superior Tecnológico de Formación, de manera que se ha analizado que es una posición estratégica para observar las necesidades que demandan la segmentación de mercado seleccionado y

a su vez un punto estratégico por estar localizado en el centro de la ciudad de Guayaquil, en una de las ciudades principales del país.

La ubicación propuesta de la microempresa, considerando que se oferta un servicio que está enfocada hacia el cliente, por ello se decidió que sea un lugar céntrico donde transitan muchas personas, esto brinda la facilidad de visibilizar el nombre, la marca y los servicios, es decir en lugar estratégico porque en su entorno existen centros comerciales, empresas, instituciones educativas, instituciones financieras, y especialmente es de fácil acceso.

Dirección: Padre Solano y Mendiburo #626

Sector: Centro

Parroquia: Rocafuerte

Cantón: Guayaquil

4.2.2 Macroambiente



Figura 13. Macro ambiente

Nota. Obtenido de: Google Imágenes (2020)

El proyecto se ubicará en la ciudad de Guayas, provincia de Guayaquil, puesto que este sector ha alcanzado un gran desarrollo en lo económico, además se ha

incrementado el comercio por las cercanías de colegios, empresas comerciales, malecón 2000 e instituciones entre otros por el sector, lo cual ha significado una condición fundamental para la realización del proyecto.

4.2.3 Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. Mediante el análisis de la oferta se determina o se mide las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto del servicio, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga toma en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en el que se desarrolla el proyecto. En la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta. (Baca, 2010, pág. 41)

Las condiciones del mercado en el que se desenvolverá la microempresa Superpatitas House, se analizarán en primer lugar las características de la competencia, aquel grupo de oferentes que participan en el sector, con sus productos, precios, condiciones y facilidades de contratación. Este análisis permitirá, junto con la demanda, establecer el tamaño del mercado potencial en el que se actuará, es decir, el nivel de participación o brecha existente en el mercado, en función de la capacidad del proyecto

Considerando datos de veterinarias, centros comerciales y empresas naturales o jurídicas que se dedican a este tipo de servicios, de venta de casas para mascotas

fabricadas de materiales de madera, plásticas, hormigón y colchonetas podemos conocer que en la ciudad Guayaquil existen alrededor de 30 empresas que comercializan casas para mascotas.

Es necesario recalcar que, según datos recolectados, los dueños de mascotas se preocupan por el bienestar de las mascotas y aproximadamente adquieren alrededor de 200 casas para mascotas de todo tamaño y material anualmente.

$$\text{Oferta} = \text{Número de empresas} * n$$

$$\text{Oferta} = 30 * 200$$

$$\text{Oferta} = 6,000$$

n = número promedio de veces que realizan eventos las empresas de manera anual.

4.2.4 La Demanda

La proyección de la demanda se entiende a la población que están dispuestos a adquirir el producto para satisfacer sus necesidades o deseos es decir a la que se denominó demanda efectiva, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado, el proyecto de prefactibilidad mantendrá una población de demanda efectiva de 139 hogares en la urbanización la Romareda tercera etapa de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

Con base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado presentado en el capítulo cuarto de la presente investigación (Figura 5), se logra visualizar que el 80% de los encuestados están interesados en adquirir la casa térmica para mascotas lo tanto, si extrapolamos esa estimación al parámetro poblacional considerado en la

investigación de 74,224 habitantes en la ciudad de Guayaquil, se estima que la posible demanda global en este tipo de servicios es de 38,596 interesados.

$$Demanda\ global = Número\ de\ habitantes * 80\%$$

$$Demanda\ global = 74,224.00 * 80\%$$

$$Demanda\ global = 59,379.00$$

4.2.5 Demanda insatisfecha

Con los datos expuestos anteriormente, lo cual genera una gran brecha o demanda insatisfecha de 53,379 personas que no tendrán casas térmicas.

$$Demanda\ insatisfecha = Demanda\ global - oferta$$

$$Demanda\ insatisfecha = 59,379.00 - 6,000.00$$

$$Demanda\ insatisfecha = 53,379.00$$

4.2.6 Producto

Las casas térmicas para mascotas es un producto diferente, pero con características que sobresalen del mercado para dar a conocer a los consumidores las ventajas al momento de adquirir el producto, como estrategia en el mercado para los consumidores se indicaran las ventajas de adquirir, el estudio de mercado realizado de competencia monopolista es diferente a los productos ya existentes en el mercado actual, hay muchos competidores con características diferentes en la elaboración de la casas térmicas, el producto es fácil de salir y tienen gran diversidad en el mercado actual.

Estructura del mercado en la que hay muchos vendedores que ofrecen viene que son sustituidos cercanos, pero no perfecto. En este tipo de mercado, cada empresa puede influir en cierta medida en el precio del producto. La casa térmica para mascota competirá en el mercado, pero tendrá características que hace que el consumidor los perciba visualmente de una forma diferente.

Se ofrecerá una mayor variedad en cuanto las medidas de la casa térmica para mascota, los canes no son del mismo tamaño como pequeños, medianos, grandes y gantes el peso de las mascotas, precio varía dependiendo el tamaño del can, la calidad del producto el cual le dará el valor diferenciado, por lo cual la publicidad busca captar a los clientes potenciales y mejorar de la calidad de vida para las mascotas y mantener a nuestros consumidores comunicados.

La casa térmica para mascota es para uso familiar para los consumidores que tengan mascotas en los hogares, departamentos para aquellos que consideren que los canes son parte de la familia y cuiden el bienestar de su mascota, debido a los cambios climáticos que hay en Guayaquil, las casas térmicas serán de fácil manipulación para el usuario para que él pueda colocarla en cualquier parte de la casa.

Así como nosotros tenemos un espacio para descansar nuestras mascotas también deben de contar con un área de la casa para que ellos lo identifiquen como suyo y al que puedan acudir cuando deseen descansar.

Las casas térmicas serán presentadas como un producto ecológico, de innovación para los consumidores, mostrando los beneficios que este tendrá para su hogar y bienestar de las mascotas. Se lanzarán campañas publicitarias BTL el cual se

utilizará diferentes medios de comunicación mostrando el correcto uso, limpieza cada casa térmica vendida, contará con un manual como de ser manipulada, el correcto manejo del termómetro y las fechas de mantenimiento de la casa térmica.

Marketing Mix

Marca “Superpatitas House”



Figura 14. Marca "Superpatitas House"

Superpatitas House como parte de la línea gráfica utilizará Isotipo el cual no se puede separar el texto de la parte gráfica y ambos funcionan juntos e indivisibles. El uno sin el otro, no funcionan, no tienen valor ni significado.

Isotipo de Superpatitas House se define como un símbolo de una casa el cual está formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Elementos

El Isotipo Superpatitas House representa la protección que se dará a la mascota, el cual está simbolizado con una casa y representa una nueva morada que equivale a cierto modo un nuevo comienzo para las mascotas, el color rojo en el Isotipo representa el amor que tienen los dueños a las mascotas y la huella que está dentro de la casa simboliza que es una casa para mascotas.

Representación de Colores

Los colores de la marca ofrecen un método instantáneo para comunicar los mensajes y significados, probablemente la más poderosa forma de comunicación no verbal el color rojo representa intensidad el cual provoca emociones de amor. Usualmente es utilizado en el diseño de logos como una manera para llamar la atención del observador y se conoce que puede llegar a incrementar la presión sanguínea o provocar hambre.

El color Blanco representa el lado opuesto de todo lo que asociamos al negro, y las personas que usan el blanco transmiten una imagen de bondad, pureza e inocencia, ya que este color simboliza paz, humildad y amor.

Lo más importante del Isotipo Superpatitas House es que sea:

- **LEGIBLE** independientemente del tamaño al que lo usemos.
- **RESPONSIVE**, que podamos adaptarlo a diferentes escalas y formatos sin perder su esencia (imprescindible con la importancia que han tomado las redes sociales y las webs adaptativas).

- **REPRODUCIBLE** en cualquier material que sea útil para las casas térmicas de mascotas.
- Que genere **IMPACTO VISUAL**, de manera que nos llame la atención a simple vista y sea fácilmente recordado.
- **ATEMPORAL Y ÚNICO**, diferenciándose dentro de la competencia y con un diseño perdurable en el tiempo.

Composición

La casa térmica estará elaborada de madera Pallets de Pino Blanco, para todas las medidas de canes sea esta de tamaño pequeño, mediano, grandes y gigantes las medidas de la madera es: 100x120cm con un ancho de 0.13 y de espesor 0.018. Para mantener el frío dentro de la casa se utilizará rollo de caucho aislante térmico a medida AD10, para el techo se utilizará panel de aislante acústico térmico el cual ayudará que los rayos UV no ingresen dentro de la casa térmica.

La casa térmica tendrá un químico **BUG STOP HOME BARRIER** es un insecticida de uso múltiple el cual mantendrá a las garrapatas, pulgas, hongos y hormigas etc. lejos de la casa térmica, el exterior de la casa térmica se utilizará y tendrán los beneficios, modo de uso y la marca de Superpatitas House.

Las Cortinas Hawaianas mantendrá el clima temporizado dentro de la casa térmica para mascota, el cual le permitirá al can salir y entrar, en el interior de la casa se colocará un termostato el cual será manipulable por el cliente, permitiendo a este climatizar el ambiente.

Tamaño

Según el tipo de raza de los canes, podrán adquirir los clientes la casa térmica. El cual podrá ver las medidas, altura, ancho, profundidad y el precio final del producto.

Tabla 17

Precio referencial

Tipos raza	Medida	Altura (H, cm)	Ancho (H-cm)	Profundidad (L, cm)	Precio final
Pekinés, Pug Carlino, Salchicha, Fox Terrier	Casa Pequeña	50-60	75-85	45-55	\$90.00
Bulldog Ingles, Old Bulldog, Bull terrier	Casa Mediada	60-70	85-95	60-70	\$115.00
Doberman, bóxer, dalmata	Casa Grande	60-80	95-116	55-75	\$130.00
Gran danés, Pastor caucásico	Casa Gigante	80-100	105-135	70-100	\$190.00

Presentación

Superpatitas House es una empresa ecuatoriana, con establecimientos en la ciudad de Guayaquil, enfocada en la elaboración de casa térmica para mascota para el bienestar animal, el producto es 100% fabricado con: aislante térmico, esponja, madera pallets pino blanco, mini aire acondicionado y cortina de hawaiana. Que muy bien podría reemplazar a muchas casas de madera, plástico, metal y cemento, que no protege a las mascotas, del calor o frio en la ciudad de Guayaquil, llenar el mercado monopolístico y que se va a encontrar en menor precio. La Casa térmica tendrá garantía de 1 año en la madera, los clientes podrán visualizar en exteriores el modo de uso, modo de limpieza y el mantenimiento del termostato.

En este sentido es necesario precisarles que el costo del producto: madera reciclable \$ 0.00, aislante térmico \$ 15.99; esponja \$25.69 cortina hawaiana \$ 9.99

Medidas de la casa

- Largo: 1 1/2 veces el largo de tu mascota sin incluir la cola.
- Ancho: 3/4 el largo del perro sin incluir la cola.
- Altura: Aproximadamente 1/4 más alto que la altura del perro hasta la cabeza.
- Abertura de la puerta: Unos 6 cm. más ancho que la medida entre los hombros del perro.

Marca

Es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio (Superpatitas House)

Slogan

Somos parte de tu familia

El eslogan – en inglés, *slogan* – es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece.

4.2.7 Precio

Según la raza de canes se muestra la tabla de valores, en comparación de otras tiendas comerciales, según el material elaborado de la casa para perros. La casa

térmica para mascota tendrá precios accesibles para todos los clientes y los beneficios que tendrá esta para los canes.

Tabla 18

Precios de competencias

Medida	Casa Plástico	Casa de Madera	Casa de Cemento	Casa Térmica
Casa Pequeña	\$46.00	\$168.45	\$30.00	\$83.64
Casa Mediada	\$118.53	\$279.29	\$45.00	\$112.87
Casa Grande	\$200.68	\$290.54	\$80.00	\$141.31

Forma de Uso

Limpiar la casa térmica que estará fabricada de madera de pallets es delicado, debido a la humedad. Evitar el uso de químicos no recomendados para la limpieza de la casa térmica, al limpiar el polvo resulta una mejor limpieza con aspiradores con cepillo de cerdas suaves, se debe de mantener el piso libre de humedad ya que esto provoca daños como el levantamiento de las tablillas, hay que evitar el uso de agua en abundancia.

En caso de derrames de líquidos o que penetre agua, se debe de secar rápidamente con un paño suave para que el líquido no penetre las tablillas, se recomienda evitar la exposición directa a los rayos del sol esto contribuirá a que el piso de madera no se decolore prematuramente.

Plaza

Análisis y estudio del sector

- **Tipos de empresas**

En el radio o perímetro de la zona hay empresas pequeñas, medianas y grandes, se puede encontrar entre públicas y privadas.

Empresas públicas y privadas de la zona

Tabla 19

Empresas públicas y privadas de la zona

Empresas Públicas			Empresas Privadas		
Fiscalía del Guayas	Banco Central	C.F.N.	Banco de Guayaquil	Agripac S.A.	Hotel Patrimonial
Registro Civil	Notaria	U.P.C.	La Zona Rosa	Interlab S.A.	Green Field
Colegio San José La Salle	Ecuavisa		La Casa Rosada	Inst. Tec. Formación	C.E.N.A.
			Mini Comisariato	Inst. Tec. Bolivariano	Ferreterías

En la Tabla 26 se hace mención de un número reducido de las empresas identificadas en la zona, de las cuales representa un número significativo de posibles clientes tanto la empresa como los empleados de diferentes organizaciones, así como habitantes y transeúntes del sector.

Números de empresas: en el mercado actual no hay casas térmicas para mascotas, las empresas actuales hay pocos negocios compiten entre sí los cuales venden los mismos productos.

- **Distribución geográfica**

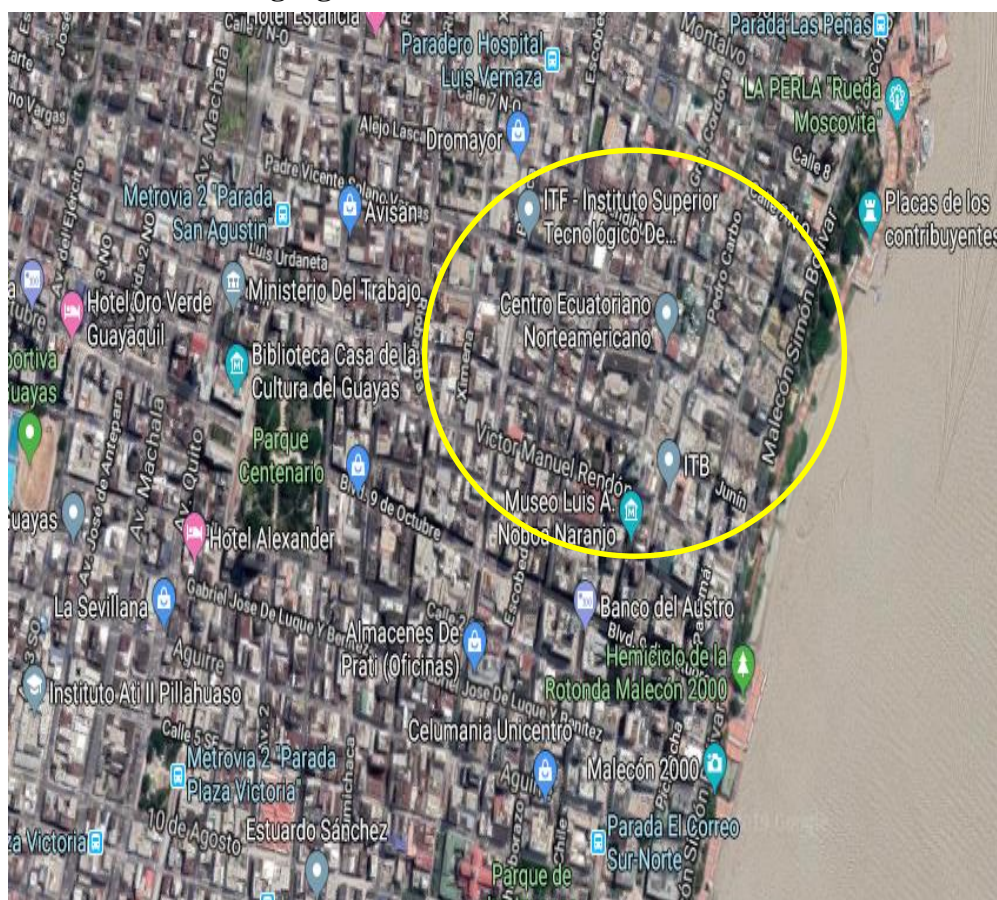


Figura 15. Distribución geográfica

Fuente: Google Mapa, 2019

- **Volumen de facturación**

Tabla 20

Información de los estados financieros de las compañías

Compañía	Nombre de la cta. contable	Valor
Petplanet tienda de mascotas Cía. Ltda.	Prestaciones locales de servicios gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	\$ 41,826.55
Mascotas y más S.A.	Ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	\$ 20,780.95
Pet Service	Ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	\$ 36,529.07

Adaptado de: (Superintendencia de compañías, 2019)

Población

En la ciudad de Guayaquil se puede encontrar 2'291,000.00 habitantes, las cuales en la Parroquia Tarqui 1'162,484.00 representan nuestra población. Ya que en la Urbanización la Romareda hay 695 habitantes entrevistados para que tengan conocimientos de la casa térmica para las mascotas.

Actividad económica de la zona

Superpatitas House está ubicada en plena zona comercial, está rodeada de instituciones de educación superior, restaurantes, zonas hoteleras, zonas comerciales y zonas farmacéuticas, Malecón Simón Bolívar (el cual permite el ingreso de las mascotas) y empresa agrícola Agripac el cual cuenta: (alimento de mascotas, medicinas veterinarias, cuidado mascotas).

4.2.8 Comercialización

Se ha selecto un lugar céntrico en la ciudad de Guayaquil el establecimiento se ubicará entre las calles Boyacá entre calle la Padre Solano y la calle Mendiburu, en las calles principales, el local cuenta con espacio 3.0 x 7.00 m2 cuenta con cuatros áreas de estacionamiento privado facilitando la entra y salida de los clientes en el local. En importante destacar que el servicio se proporcionara de manera directa hacia el cliente, es decir no intervendrá intermediarios en el proceso de comercialización, por lo que existirá un mayor nivel de personalización del producto y servicio.

Competencia directa

No se encuentra competencia alrededor de la zona, donde hemos analizado ubicarnos en el local Superpatitas House, contamos con un local 283.65 m² necesarias para poder adecuar a nuestro emprendimiento de fabricación casas térmicas para mascotas, estanterías para ventas de producto de las casas térmicas para las mascotas de acuerdo al tamaño: pequeñas, medianas, grandes y gigantes.

Competencia indirecta

No se encuentra competencia alrededor de la zona céntrica

Empresas proveedoras:

Tabla 21

Empresas Proveedoras

Categorías	Proveedores
Servicios Básicos	CNEL, Interagua
Telecomunicación	TV Cable, Claro, HBO GO
Pallets Pino	Pismade S.A, Wodypallets, Pisomad
Aislante Térmico	Kywi, Ferrisariato, Ferretería Espinoza
Techo térmico	Almacenes Boyacá, Kywi, Ferretería Espinoza
Cortina Hawaiana	Kywi, Almacenes Boyacá, Ferretería Espinoza
Colchoneta	Kywi, Ferretería Espinoza

Clientela Potencial

De acuerdo a la investigación se detectó a través de la encuesta realizada a nuestra muestra los siguientes datos:

La encuestas reflejaron un nivel de aceptación del 62% para la ubicación de la oficina de la microempresa Superpatitas House dada las comodidades de acceso a la zona céntrica y relevancia económica del cantón Guayaquil; según el INEC existen más de 53% empresas registradas que ejercen en el centro de la ciudad.

Se determinó que la población objetiva para este proyecto pertenece a un nivel socioeconómico medio alto – alto, representando que un 21% lo usaría muy frecuente debido que las mascotas tendrían un espacio propio donde puedan descansar, con el beneficio que la temperatura sería acorde con el peso y pelaje de las canes esto les facilita que puedan estar en el patio con sombra y temperados sin necesidad de preocuparse por el golpe de calor que puedan tener los canes, lo cual demuestra el crecimiento del interés de la población del sector de Guayaquil en este tipo de empresa, lo que resulta beneficioso para el proyecto de creación de casa térmicas para mascotas 21% frecuentemente, el 25% respondió ocasionalmente se realizara una campaña por redes sociales con el fin de cambiar ese concepto y lograr captarlos como clientes demostrando los beneficios y bienestar que tendrán sus mascotas.

De la muestra obtenida indicaron que no tenían conocimiento que es una casa térmica para mascota como tal, el 80% indico que si les gustaría que el mercado existiera este producto novedoso y que en los supermercados existen casa elaboradas de madera, metal, ya que las casas plásticas que adquirieron para las mascotas sofocan mucho y esto produce excitación a las mascotas por lo cual no es beneficio mantener a las mascotas en esas circunstancias.

Duración

Se plantea una campaña publicitaria para los meses de enero, febrero y marzo, considerando que actualmente realizan ferias caninas cada dos meses, las personas naturales y jurídicas se encuentran en un periodo de descanso por motivos de feriados nacionales o han concluido un ciclo lectivo. Durante estos 3 meses nuestros clientes potenciales serán más susceptibles a las publicidades en los distintos medios.

Objetivos

- Diseñar campaña publicitaria para la red social Facebook.
- Diseñar campaña publicitaria para la red social Instagram.
- Diseñar un medio de comunicación para YouTube a través de Google ADS.
- Posicionar a la marca en el mercado, como nueva microempresa su principal debilidad es que los consumidores no la conocen.
- Captar nuevos clientes, a través de la campaña publicitaria BTL.
- Dar a conocer los beneficios de la casa térmica que brinda la marca durante el tiempo que este activa la campaña.

Valor añadido

Como parte de valor añadido que se determina considerar y resaltar Superpatitas House, venderá a los clientes productos secundarios como juguetes de plásticos, soporte plásticos, correas para mascota y colchonetas.

Tabla 22

Valor Añadido

Tipos raza	Medida	Juguetes de plástico	Soporte-plastos	Correas para mascotas	Colchonetas
Pekinés, Carlino, Salchicha, Fox Terrier	Pequeña	\$1.95	\$15.0 0	\$4.33	\$30.00
Doberman, Bóxer, Dálmata	Grande	\$3.65	\$25.0 0	\$13.00	\$80.00
Gran Danés, Pastor Caucásico	Gigante	\$5.34	\$35.0 0	\$18.00	\$120.00

Campana

Se pudo observar en los resultados de la encuesta que nuestra muestra conoce de este tipo de servicio en su mayoría por familiares y redes sociales, es por esta razón que la campaña estará dirigida a Facebook, Instagram, volantes y YouTube. Se ha demostrado a través de estudios que las personas pasan más de una hora al día, por razones personales, laborales o sociales. Es por esta razón que la campaña está dirigida a las redes sociales, además de su bajo costo para realización.

Con un total de 22 publicaciones pagadas y 50 publicaciones orgánicas durante los 3 meses de duración de la campaña dirigida a la red social Facebook, se espera un alto nivel de captación de nuevos clientes.

Con un total de 22 publicaciones pagadas y 50 publicaciones orgánicas durante los 3 meses de duración de la campaña dirigida a la red social Facebook, se espera un alto nivel de captación de nuevos clientes.

Presupuesto

Facebook ofrece facilidad para los negocios se den a conocer por esta red social, con un presupuesto de \$25 dólares con un alcance de 1,900 a 5,400 personas al día, con la finalidad de que las publicaciones serán compartidas con amigos y familiares, y el alcance real será mayor al proyectado por Facebook.

Plan de publicación

Tabla 23

Plan de publicaciones orgánicas para el mes de enero del 2020

Mes	Febrero			
Semana	Del 6 al 10	Del 13 al 17	Del 20 al 24	Del 27 al 31
Días	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes
Horario	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.
Número de publicaciones	5	5	5	5

Tabla 24

Plan de publicaciones para el mes de marzo del 2020

Mes		Marzo			
Semana		Del 3 al 7	Del 10 al 14	Del 17 al 21	Del 24 al 28
Días		Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes
Horario		Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.
Número de publicaciones		5	5	5	5

Tabla 25

Plan de publicaciones orgánicas para el mes de marzo del 2020

Mes		Marzo			
Semana		Del 2 al 6	Del 9 al 13	Del 16 al 20	Del 23 al 27
Días		Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes	Lunes, Martes Miércoles, jueves y viernes
Horario		Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.
Numero de publicaciones		5	5	5	5

Imagen Corporativa

Superpatitas House -Uniforme



Figura 16. Camisa polo con logo del negocio



Figura 17. Gorra Publicitaria



Figura 18. Botones publicitarios uniforme



Figura 19. Agenda Publicitarias



Figura 20. Tarjeta de Presentación



Figura 21. Pelotas para clientes



*Figura 22. Modelo referencia-Casa Térmica
Adaptado por: (Silva, Tomalá) 2019*

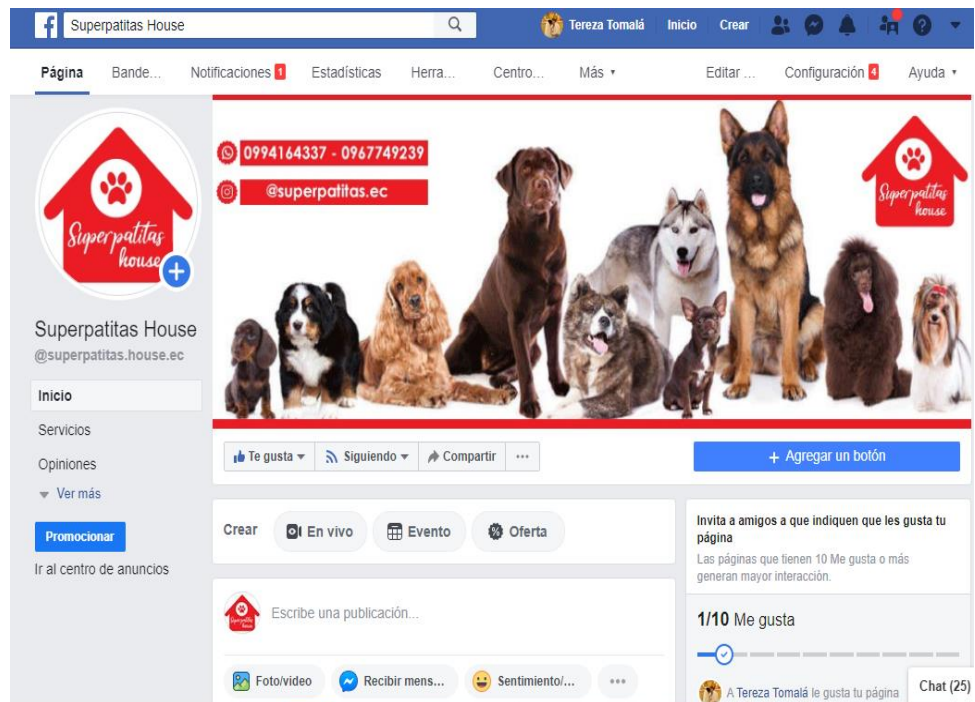


Figura 23. Redes Sociales Facebook



Figura 24. Redes Sociales Instagram

Tabla 26

Presupuesto de campaña publicitaria

Medios Publicitarios	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Medios impresos	Tamaño: 15x21 cm	500	\$ 0.04	\$ 18.00
Volantes	Material: couche 150 g Impresión: full color			
Banner publicitario	Tamaño: 215x90 cm Impresión: full color	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Medios digitales	Campaña publicitaria para alance de 10.000 personas	Duración de 2 meses	\$ 100.00	\$ 100.00
Facebook				
Material pop	Con cuello tipo polo, tallas M y L con el bordado del negocio	6	\$ 7.00	\$ 42.00
Camisas				
Gorras	Llana blanca y roja con el bordado del negocio	6	\$ 4.50	\$ 27.00
			Total	\$ 257.00

Tabla 27

Redes Sociales

Redes Sociales	Detalles y Costo
Facebook	Medidas de foto de perfil 180 x 180 píxeles. Se muestra de 851 píxeles de ancho por 315 píxeles de alto en computadoras y de 640 por 360 píxeles de alto en smartphones. Tiene que ser de 399 píxeles de ancho por 150 píxeles de alto como mínimo.
Instagram	600 x 600 px. se recomienda subirlas a 1080 x 1080 px. Si tu foto está en horizontal puedes subirla a 1080 x 566 px., aunque Instagram la mostrará a 600 x 400 px. Y si está en vertical la podrás subir a 1080 x 1350 px, y se mostrará a 600 x 749 px.

4.2.9. Promoción

La promoción tiene como objetivo ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas, actualmente el cliente se enfoca mucho en las promociones por lo tanto se da a conocer con el producto, y con el valor agregado de parqueo gratuito con la finalidad de dar un buen servicio, satisfaciendo las necesidades del cliente.

Estrategia TTL (Through the line)

- Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Bussiness).

4.3. Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad de Superpatitas House en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto y comercialización de las casas térmicas, y se determina el tamaño, localización, los equipos, instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

Con la finalidad de obtener una mayor factibilidad se ha escogido una posición estratégica para la instalación de las oficinas de Superpatitas House, de manera que se indicará la distribución de planta de la compañía en el área de comercialización, área de fabricación, área de bodega y el área de parqueo que permite la salida y entrada de la materia prima; se detallarán el proceso de fabricación de las casas térmicas. La importancia de este estudio se deriva para llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto.

En el presente estudio se analiza y selecciona los materiales, equipos, y las instalaciones necesarias para la realización del proyecto de creación de la microempresa de servicios y planificación y organización de eventos, y en consecuencia todos los costos de inversión y de operación necesarios. La importancia de este estudio radica en la posibilidad de llevar a cabo una cuantificación económica de los aspectos técnicos del proyecto, que permitan una valoración exacta o aproximada de los recursos requeridos.

El estudio técnico se subdivide a su vez en cinco partes que son: dimensiones y características; la localización del proyecto; la tecnología del proceso producto; ingeniería del proyecto y maquinarias y equipos.

4.3.1 Dimensión y características

Para el presente proyecto de creación de la microempresa de fabricación y comercialización de casas térmicas para mascotas, se determina las dimensiones en correspondencia a la demanda insatisfecha establecida y a la participación del mercado que se aspira a alcanzar, es decir la oferta del servicio a satisfacer.

Las áreas están distribuidas de tal manera que se permitan realizar las operaciones de fabricación y comercialización de manera eficiente y eficaz, cumpliendo las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar a los colaboradores de Superpatitas House y los clientes, de tal manera la distribución evitara posibles accidentes de trabajo y salidas de emergencia. La distribución está considerada para proveer flexibilidad, que se pueda adaptar a futuras ampliaciones. Las áreas básicas existentes para una distribución adecuada de la materia prima y comercialización de las casas térmicas.

El área que se dispone para el funcionamiento de Superpatitas House cuenta con las siguientes características:

- Área de comercialización
- Área de Producción
- Área de Bodega
- Área de Parqueo

Para el presente proyecto de creación de la microempresa Superpatitas House, de acuerdo con los resultados del estudio de mercado se determina las dimensiones en correspondencia a la demanda insatisfecha establecida y a la participación del mercado que se aspira a alcanzar, es decir la oferta del servicio a satisfacer.

Distribución de la planta

La microempresa Superpatitas House maneja una instalación de 42.547 m² en la cual se atenderá al cliente se otorgará la atención apropiada por parte del colaborador, las instalaciones cuentan con los servicios básicos (electricidad, agua, internet), asimismo con los permisos municipales y la autorización de funcionamiento, cumpliendo con las normativas y políticas como organización.

A continuación, se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas, que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos de que se dispone.

Tabla 28

Cuadro de Áreas Superpatitas House

Área de Comercialización	48.63 m ²
Área de Producción	28.88 m ²
Área de Bodega	58.76 m ²
Área de Parqueo	87.71 m ²
Área total del proyecto	223.98 m ²

SIMBOLOGIA	
INTERRUPTOR SIMPLE	S
INTERRUPTOR CONMUTADO	Sc
TOMACORRIENTE 110 V	
TOMACORRIENTE 220V	
PUNTO DE ILUMINACION	
PANEL DE BREAKER	
SALIDA DE DATOS	
EXTINTOR CLASE ABC	
LUCES DE EMERGENCIA	

Figura 25. Simbología

Aspectos de Infraestructuras

Superpatitas House cuenta con una totalidad de su territorio 42.547 m², para poder operar un arquitecto asumirá la obra por los metros de construcción 223.98 m² por un valor de inversión: $(223.98 \times 100 \text{m}^2 = \$28.365)$ el cual estará incluido el costo de mano de obra, servicios profesionales, materiales de construcción, mobiliarios, electricidad, pinturas, cerámicas, iluminación, extintores y climatización.

Área de Comercialización

El área de ventas está conformada por una zona 48,63 m² construidos; este espacio está diseñada y distribuida para los mobiliarios, área sanitaria, recepcionista, butacas y pasillos de tal manera se asegure la funcionalidad de las operaciones de distribución del mismo.

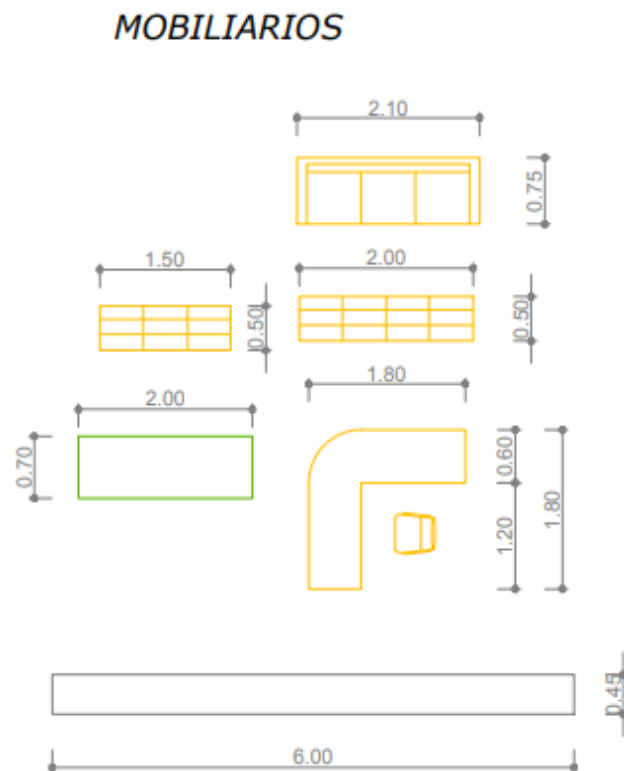


Figura 26. Medidas Mobiliarios Superpatitas House

Tabla 29

Insumos de Oficina Superpatitas House

Insumo	Proveedor 1		
	Central de Suministros	Proveedor2 Juan Marcet	Proveedor3 Super Paco
Resma de papel A4	\$24.65	\$26.12	\$29.36
Caja de Lápices Norica Staedtler	\$ 2.69	\$ 3.01	\$ 3.26
Borrador De Lápiz De Papel Pelikan Pz20	\$15.00	\$16.23	\$15.42
Post it notitas	\$ 2.70	\$ 3.01	\$ 3.55
Folders Negro	\$ 1.75	\$ 2.50	\$ 2.87
Cintas Scotch	\$14.00	\$17.00	\$16.54
Bolígrafo	\$ 2.53	\$ 4.00	\$ 3.56
Grapadora	\$ 8.64	\$12.36	\$13.22
Perforadora	\$ 2.41	\$ 5.06	\$ 8,53
Porta Cintas Adhesiva	\$ 2.30	\$ 4.17	\$ 5.94
Tachuelas	\$ 2.20	\$ 4.23	\$ 5.00
Calculadora Casio De Mesa Mx-12b	\$ 6.60	\$ 8.26	\$ 8.59
Regla	\$ 1.00	\$ 1.15	\$ 1.15
Cuaderno A4 cuadros	\$ 3.50	\$ 2.00	\$ 2.16
Agenda 2020	\$ 2.80	\$ 5.00	\$ 6.69
Marcador Permanente 420 Pelikan	\$ 3.00	\$ 3.56	\$ 3.62
Grapas 26/6	\$ 8.80	\$ 8.89	\$ 8.93
Clips	\$ 4.52	\$ 4.69	\$ 4.87
Clips Mariposas	\$ 3.00	\$ 3.54	\$ 3.59
Vinchas para carpetas	\$ 2.51	\$ 2.79	\$ 2.89
Protectores de Hojas	\$ 9.99	\$10.50	\$10.56
Separadores de Hojas	\$ 1.92	\$ 2.15	\$ 2.30
Carpetas Manilas	\$ 1.62	\$ 1.98	\$ 1.98
Cintas de embalaje transparente	\$ 1.00	\$ 1.12	\$ 1.15
Bandeja de entrada y salida	\$15.00	\$12.00	\$13.60
Resaltadores por docena	\$ 4.00	\$ 4.59	\$ 4.82
Artesco corrector 9ml	\$10.26	\$10.59	\$10.84
Saca grapas	\$ 3.80	\$ 3.89	\$ 3.97
Sacapunta Chino S5017 Aluminio 1 Serv 144uni Papelería	\$11.14	\$11.89	\$11.97
Porta lápices	\$ 2.85	\$ 3.60	\$ 3.79
Carpetas de fuelles	\$ 2.86	\$ 4.56	\$ 4.89
Tijeras	\$ 1.60	\$ 2.00	\$ 2.04
Porta trípticos de acrílicos	\$16.00	-	-

Tabla 30

Equipos de Oficina

	Proveedor 1 Colineal	Proveedor 2 Mi Comisariato	Proveedor 3 Navas & Navas
Escritorio Glassden	\$799.00	\$350.00	\$500.00
Silla Giratoria	\$170.00	\$160.00	\$130.00
Silla Kenna	\$160.00	\$155.00	\$110.00
Silla Kenna	\$160.00	\$155.00	\$110.00
Archivador Metálico	\$150.00	\$150.00	\$130.00
Ojos de buey	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Ojos de buey	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Ojos de buey	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Ojos de buey	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Ojos de buey	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Ojos de buey	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Lámparas Colgantes	\$150.00	\$150.00	\$100.00
Mueble 3 asientos	\$300.00	\$325.47	\$250.00

Tabla 31

Publicidad

	Proveedor 1 Megaclon	Proveedor 2 Disgrafi	Proveedor 3 JPrint
Dípticos Tamaño: 21 x 29,7 cm - Material: Couche 150 Gramos -C/Impresión: Full Color – Doblado	\$ 220.00	\$ 225.00	\$ 229.36
Volantes Tamaño:15 x 21 cm - C/Impresión: Full Color - Material: Couche 150 Gramos	\$ 158.54	\$ 200.00	\$ 225.50
Carpetas Tamaño: 23x32 cm - Material: Plegable	\$1,263.00	\$1,300.00	\$1,453.00
0,16 - C/Impresión: Full Color - Laminado Mate – UV RESERVADO - Incluye Bolsillo			
Afiches Tamaño: 42 x 29,7 cm - Material: P. Couche 150 Gramos - C/Impresión: Full Color	\$ 127.51	\$ 130.00	\$ 148.00
Tarjeta de Presentación Tamaño: 9x5 cm - material: Couche 300 Gramos - Laminado - UV Reservado	\$ 291.20	\$ 390.00	\$ 398.00
Gorras Sublimada / Impresión Full color	\$ 5.00	\$ 8.00	\$ 9.50
Camisas / Impresión vinil un solo color	\$ 12.00	\$ 15.00	\$ 20.00
Plumas Serigrafía / Full color azul	\$ 0.20	\$ 0.23	\$ 0.21
Tomatodos tampografía / Full color	\$ 1.60	\$ 2.30	\$ 2.99
Señaleticas PVC tamaño: 30x20cm / Impresión Full color	\$ 5.00	\$ 7.11	\$ 7.56
Roll Up Tamaño: 80 x 2.00 / Impresión Full color	\$ 38.00	\$ 40.00	\$ 41.50
Impresión Lona, Vinyl / Impresión Full color	\$ 10.00	\$ 12.00	\$ 13.33
Letra Corpóreos	\$ 100.00	\$ 125.00	\$ 159.00

Tabla 32

Sellos

	Proveedor 1 Raymund	Proveedor 2 La tienda sello	Proveedor 3 Wax Ecuador
Sellos Automáticos	\$15.00	\$16.00	\$16.50

Tabla 33

Publicidad

	Proveedor 1 Publigráfico	Proveedor 2 D.S. Publicidad	Proveedor 3 Ecuapublicidad
Publicidad	\$115.00	\$120.00	\$25.00

Área de fabricación

Esta área es la más importante dentro Superpatitas House, ya que deben de cumplir con todas las normas de seguridad para evitar algunos accidentes a los colaboradores, 28.88 m² de construcción, en esta área se fabricará las casas térmicas para mascotas y una vez pasado el proceso de calidad será enviado al área de ventas.

Esta área está distribuida con mesas y diseñada para el tránsito de los operarios el cual les permitirá la circulación total en el área.

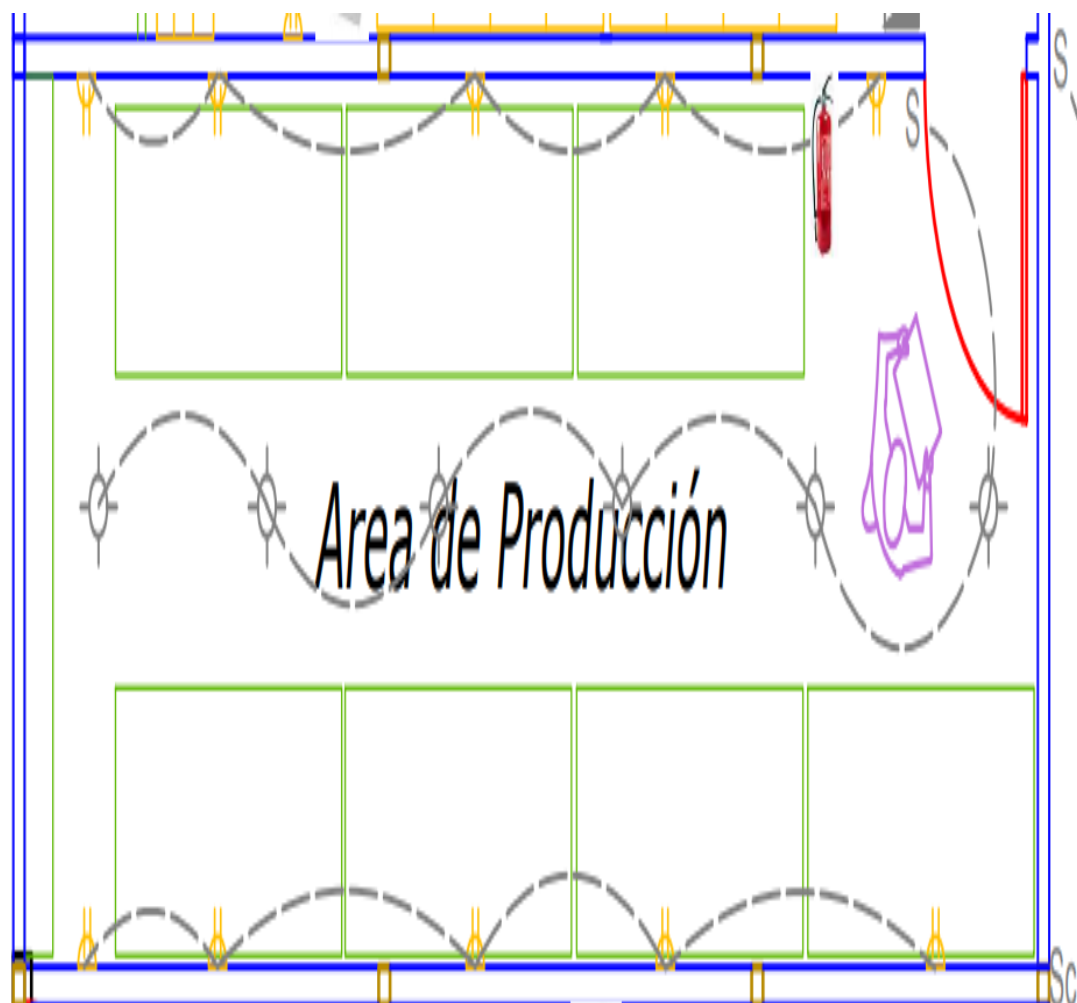


Figura 27. Área de Producción

Herramientas

Tabla 34

Herramientas

	Proveedor 1 Ferrisariato	Proveedor 2 Comercial Kywi S.A.	Proveedor 3 Almacenes Boyacá
Sierra Caladora Serrucho Eléctrico 420w Black Decker	\$ 47.00	\$ 58.20	\$ 55.63
Aislante térmico y acústico	\$ 50.00	\$ 61.00	\$ 56.20
Taladro Percutor Bosch Modelo Gsb16-re 13mm 1/2 750w 110v	\$150.00	\$154.00	\$163.00
Martillo Demoledor Einhell Tc-dh 1600w 43j	\$274.00	\$289.00	\$287.00
Juego De Llaves Mixtas Milimétricas Santul 11 Pzs 7665/10398	\$ 16.00	\$ 25.00	\$ 27.80
Clavos metálicos	\$ 0.10	\$ 0.10	\$ 0.10
Wood Glue / Carpenter's	\$ 20.00	\$ 25.00	\$ 28.46
Resina Laca Y Sello Acrílico Poliuretano Piedra Piso Madera	\$ 15.00	\$ 13.00	\$ 13.00
Flexómetro Laser De Nivel 4 En 1 Fixit 250 Cm Level Pro 3	\$ 9.48	\$ 11.21	\$ 11.21
Destornillador Torx Seguridad Consola Laptop Th Desarmador	\$ 12.00	\$ 15.00	\$ 17.30
Klein Tool Playo Alicata Lineman	\$ 49.00	\$ 52.00	\$ 52.00
Rollo De Cable Utp Cat.5e Para Interior Exterior 305m	\$ 32.00	\$ 32.00	\$ 35.00
Teja Asfáltica Techos De Pvc. Eternit Y Cubiertas	\$ 20.00	\$ 18.00	\$ 19.00

Madera

Tabla 35

Madera

	Proveedor 1 Pismade S.A.	Proveedor 2 Maderas Ecuador	Proveedor 3 Edimca
PALLET AMERICANO 100X120 CM	\$11.70	\$11.91	\$12.56

Área de Parqueo

El parqueo estará distribuido por una zona de 87.71 m² construidos; este espacio está diseñada para salida y entradas de los vehículos de los clientes, así mismo el embarque de las casas térmicas para él envío del producto a los clientes.

Contará con una puerta principal para la salida y entradas de los clientes y una puerta conecta con el área de bodegas y las demás áreas internas del local.

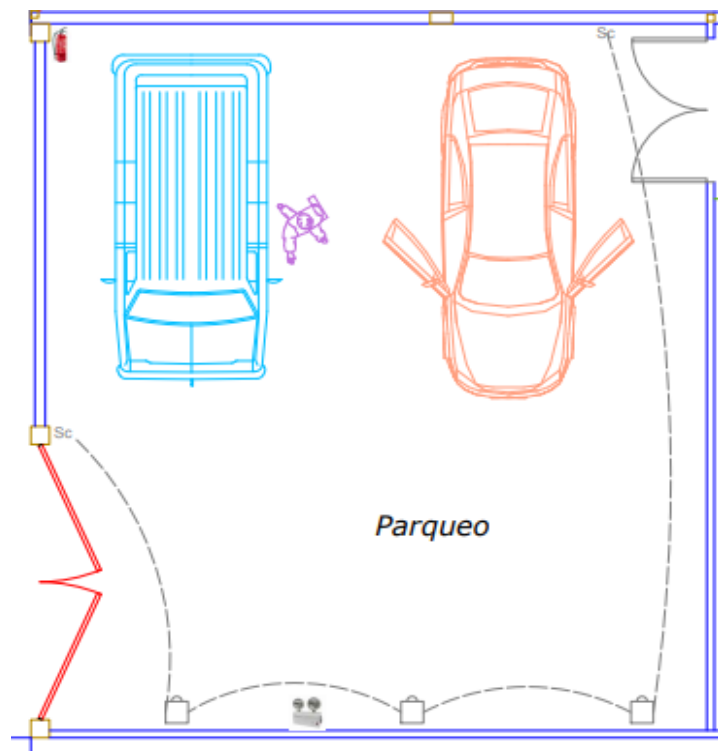


Figura 28. Área de Parqueo

4.3.3 Tecnología del proceso productivo

La tecnología concebida como unos conjuntos de elementos complementarios entre sí que incluye máquinas, herramientas, productos, procesos, pero además conocimiento y cultura organizacional, se manifiesta como un factor estratégico para que las microempresas obtengan las ventajas competitivas indispensables para operar en los mercados de bienes y servicios.

La microempresa Supepatitas House, en el recurso de la tecnología se basa fundamentalmente en equipos para la gestión de la información, tales como manejo de programas para diseñar: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro y para el manejo de las redes sociales; además estos equipos son el medio de comunicación con los clientes, antes, durante y después de recibir las casas térmicas para mascotas y así mismo son el medio que se utiliza en la promoción y publicidad, gestión del cobro se realizara facturación electrónica , el proceso contable se utilizara con la empresa PROVEDATOS y el proceso de talento humano podrá usar estas herramientas tecnológicas para su mejor eficacia laboral.

Tabla 36

Equipos tecnológicos

	Proveedor 1 Cartimex	Proveedor 2 Computron	Proveedor 3 Novicompu
Computador AIO HP AMD A6	\$588.07	\$534.82	\$420.00
Impresora Epson L3110	\$232.86	\$486.00	\$195.00
Teléfono Grandstream IP inalámbrico	\$ 57.51	\$ 43.75	\$ 45.00
Impresora Epson punto de venta térmica	\$350.00	\$347.34	\$250.00
Cámara Logan TVI	\$ 91.23	\$88.39	\$ 29.99
Botella Epson – T544220 cyan	\$ 10.50	\$10.27	\$ 9.99
Botella Epson – T544320 magenta	\$ 10.43	\$10.27	\$ 9.99
Botella Epson – T544420 yellow	\$ 10.50	\$10.27	\$ 9.99
Botella Epson - T544120 black	\$ 10.50	\$10.27	\$ 9.99
Aire acond Sankey 12000 btu split eficie	\$319.30	\$311.60	\$265.00
Televisor-tv Evo 55" led 4k uhd smart m	\$560.00	\$534.82	\$513.00

Tabla 37

Programas

	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
	Cartimex	Computron	Novicompu
Microsoft Office 365 Personal Licencia 1 Año 2016	\$152.04	\$ 61.61	\$ 59.99
Paquete Adobe Illustrator	\$ 25.00	\$ 29.07	\$ 38.51

4.3.2 Ingeniería del proyecto

Con la finalidad de obtener una mayor viabilidad se ha definido todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. En el desarrollo de un proyecto de pre factibilidad a la ingeniería corresponde definir todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo, la descripción del proceso productivo y la distribución óptima de la planta.


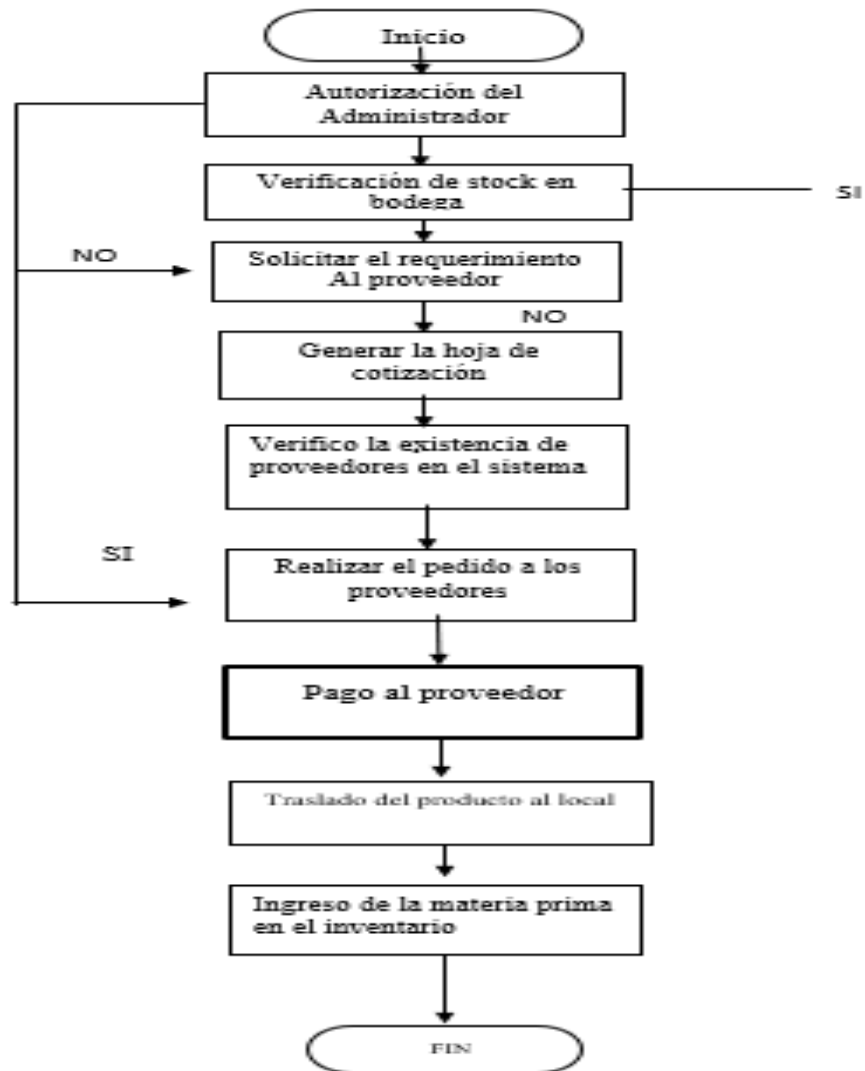

	Abastecimiento
Procedimiento	
<p>1. Propósito</p> <p>El abastecimiento es la función logística dentro de la empresa mediante la cual la misma se provee de todos los materiales necesarios para su elaboración, planificación, compras, contratos y gestión de producción. Con el fin de garantizar el aprovisionamiento de bienes y/o servicios para las diferentes unidades de la empresa.</p>	
<p>2. Alcance</p> <p>Se tiene en cuenta las necesidades de abastecimiento que incluye todo lo que se demanda para la maniobra de la microempresa, para un periodo de tiempo determinado.</p>	
<p>3. Políticas de Abastecimiento</p> <p>3.1. Lograr la efectividad de los procesos de abastecimiento en función del costo.</p> <p>3.2 Aplicamos procesos de gestión de proveedores que incluyen etapas de evaluación y seguimiento para contribuir al mejoramiento y el desarrollo continuo, la gestión de riesgos y la alineación con las buenas prácticas.</p> <p>3.3 Fomentar la innovación y creatividad en la operación de abastecimiento.</p> <p>3.4 Los pedidos para abastecimiento se realizarán con 72 horas de anticipación.</p>	



Diagrama de procedimientos

4. Diagrama del procedimiento



	Producción Casas Térmicas
Procedimiento	
<p style="text-align: center;">1. Propósito</p> <p style="text-align: center;">El propósito de un sistema de producción es realizar productos que satisfagan las necesidades del cliente, por ejemplo: funcionalidad, calidad, costos e innovación.</p> <p style="text-align: center;">En base a estas necesidades y requerimientos, durante la dirección de la producción, se establecen las metas y políticas específicas para el proceso productivo.</p> <p style="text-align: center;">Es importante que estas sean definidas con objetivos.</p>	
<p style="text-align: center;">2. Alcance</p> <p style="text-align: center;">El alcance de producción se hace referencia a la cantidad de stock de casas térmicas en el área de bodega y su respectivo proceso de calidad, que cumplan con la misión de la microempresa.</p>	



Producción Casas Térmicas

3. Políticas de Producción

3.1 El área de producción tendrá un responsable que supervise el trabajo, el buen uso de los insumos, la maquinaria y el tiempo que necesitan para producir.

3.2 Los trabajadores deberán tener la capacitación necesaria para hacer uso de la maquinaria de producción.

3.3 En el área de producción solo pueden trabajar e intervenir en la producción, supervisores y operadores de la maquinaria.

3.4 Los insumos deberán mantenerse siempre en un lugar limpio, fresco y seco para evitar desperdicios o descomposición.

3.5 Cualquier anomalía con alguna máquina o aparato de medición, deberá reportarse al administrador 1 inmediatamente.

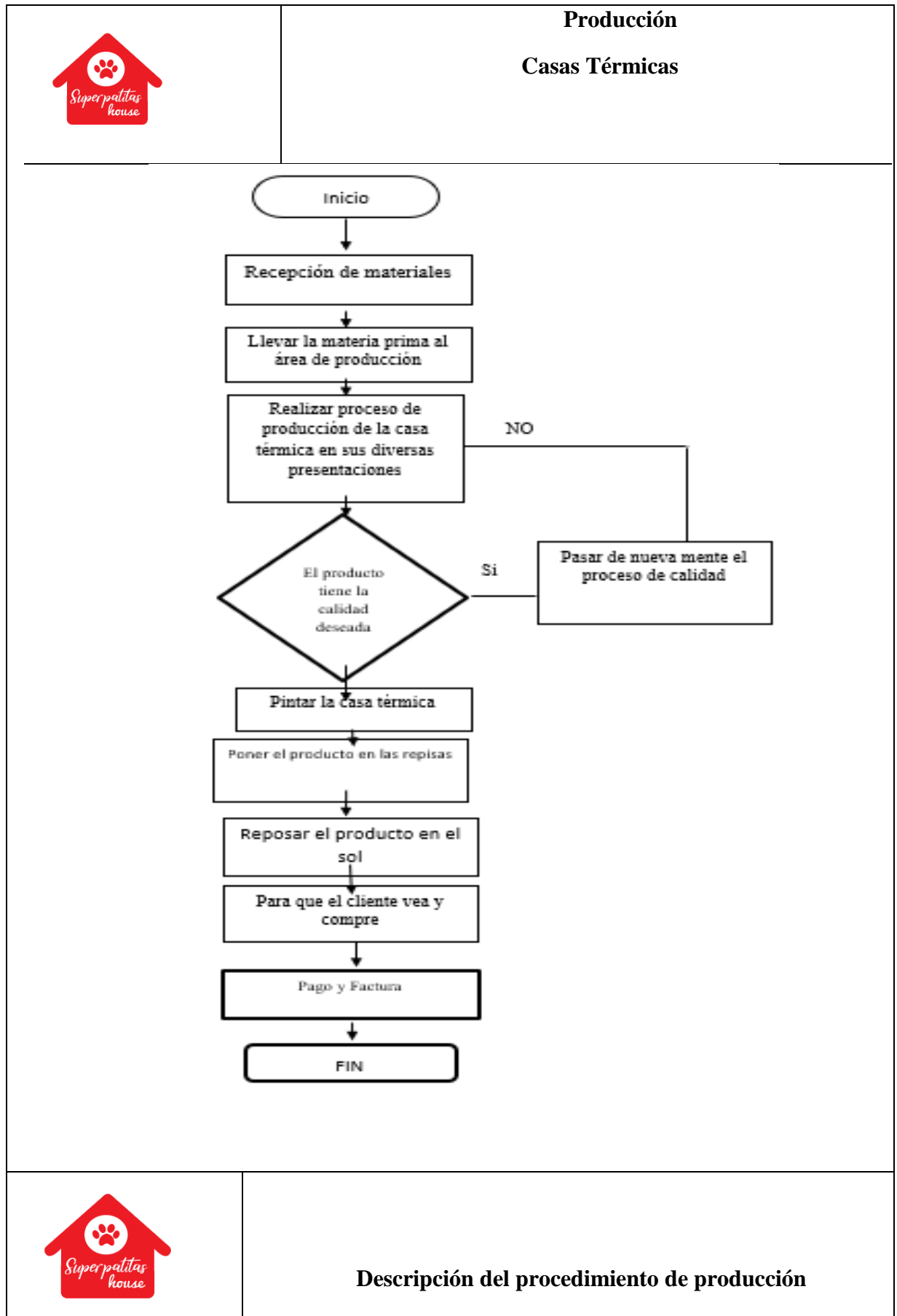
3.6 Las casas térmicas deberán pasar por un proceso de calidad.

3.7 Los productos terminados se almacenarán en la bodega establecida para tal fin, y bajo ninguna circunstancia se guardarán en un sitio diferente.

3.8 Se establecen dos turnos rotativos en los cuales se efectuarán los procesos de producción con descansos intermedios de 30 minutos con horarios establecidos para todo el personal.

3.9 Las casas térmicas catalogadas como defectuosos pasarán a la zona de destrucción y por ningún motivo deberán salir de las instalaciones de Superpatitas House.

4. Diagrama del procedimiento de producción



5. Descripción del procedimiento

5.1 Recepción de materiales: el supervisor, recibirá los materiales.

5.2 Llevar la materia prima al área de producción: una vez ya recibido los materiales, los operarios la llevaran al área de fabricación.

5.3 Realizar proceso de producción de la casa térmica en sus diversas presentaciones: los operarios empezarán a fabricar las casas térmicas, según la demanda indica por la recepcionista.

5.4 El producto tiene la calidad deseada: El supervisor revisara la calidad del producto y dará su visto bueno, para que pase el área de comercialización.

Decisión: Si, el producto pasara al área de comercialización.

Decisión: No, el área de comercialización, llamara al supervisor para que revise el producto terminado.

5.5 Pasar de nueva mente el proceso de calidad: el supervisor tiene la responsabilidad de verificar porque el producto no aprueba el proceso de calidad y solucionarlo.

5.6 Pintar la casa térmica: Los operarios una vez aprobado el producto final, podrán pintar las casas térmicas.




Descripción del procedimiento de producción

5.7 Reposar el producto en el sol: el producto era expuesto en el sol, para que proceda la secada de la pintura.

5.8 Poner el producto en las repisas: el producto terminado, podrá ser pasada al área de comercialización.

5.9 Para que el cliente vea y compre: el cliente podrá tocar y ver el producto para su respectiva compra de casa térmica.

6.0 Una vez que el cliente acepte, podrá cancelar: el cliente podrá cancelar con tarjetas de crédito, efectivo, transferencia y se efectuará la factura


	<p>Distribución</p> <p>Casas Térmicas</p>
<p>Procedimiento de distribución</p>	
<p>1. Propósito</p>	

El canal de distribución eficiente empieza por el análisis de las necesidades del servicio al cliente y continúa con la adaptación de las funciones y los procesos que permiten ofrecer a la empresa estos niveles de servicio.

2. Alcance

Distribución y comercialización de productos. Es un gran mercado donde se produce el intercambio entre mayoristas y minoristas.

la red de distribución de Superlativas House, se realizará en el local comercial el cual permite la venta física de un producto y la entrega en más lugares.

	<p style="text-align: center;">Distribución</p> <p style="text-align: center;">Casas Térmicas</p>
<h3>3. Políticas de distribución</h3> <p>3.1 La distribución de la mercancía se realizará exclusivamente en los vehículos asignados por la empresa.</p>	

3.2 El horario para la distribución de la mercancía será 08H00 a 19H00 de lunes a viernes y los fines de semana en las horas dispuestas por el administrador.

3.3 Por ningún motivo se entregarán mercancías a clientes en sitios no asignados por la empresa para tal fin.

3.4 El funcionario que entregue la mercancía deberá recibir del cliente constancia firmada a satisfacción y se establece un plazo de 24 horas para formular reclamos después de entregada la mercancía.

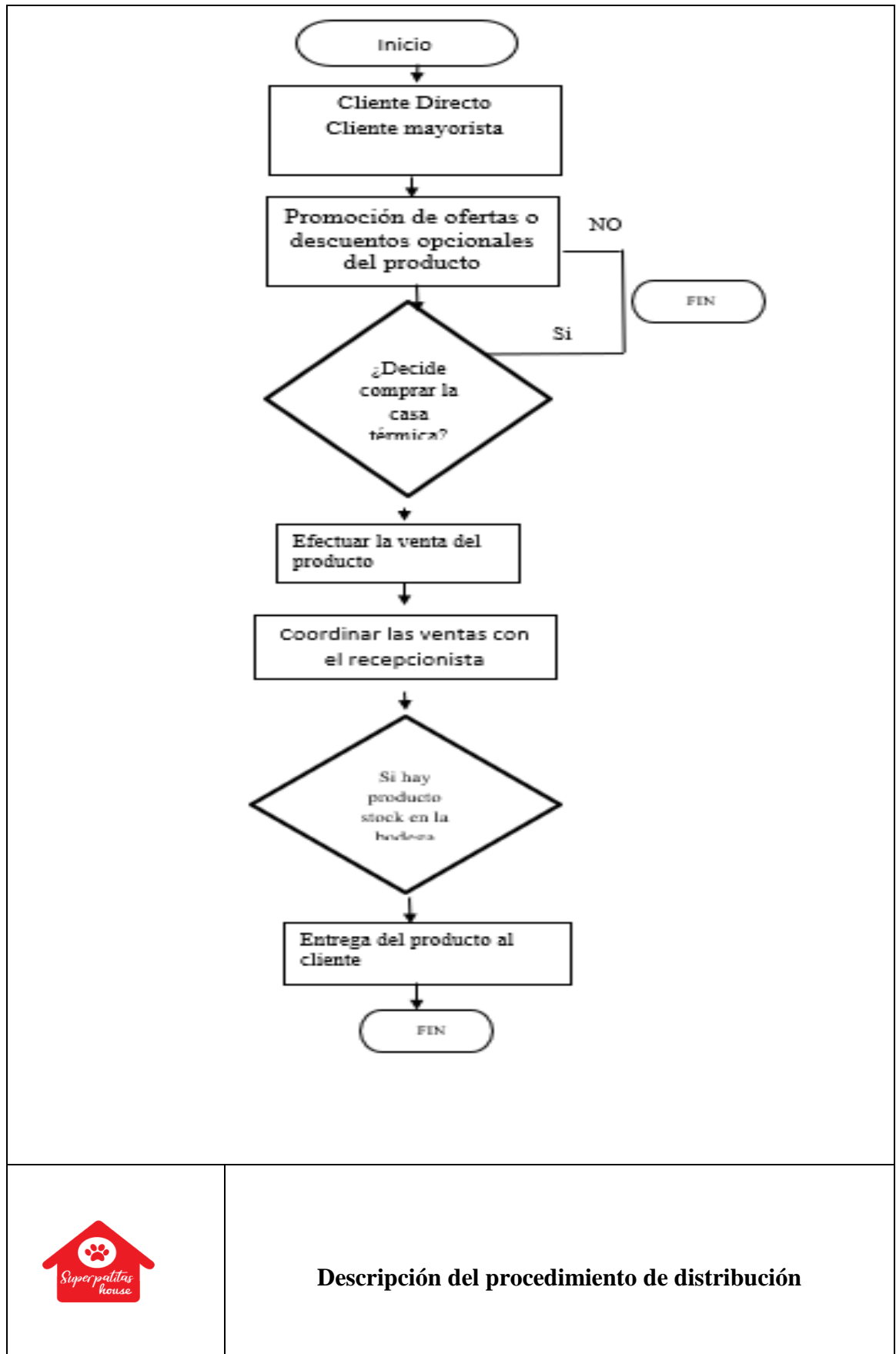
3.5 Toda mercancía rechazada por los clientes, deberá ser entregada al departamento de área de producción, el cual después de clasificarla, la trasladará al departamento de calidad para su respectivo análisis y respuesta al cliente.

3.6 El administrador 2 responderán monetariamente por la pérdida o daño de la mercancía. Si se comprobare que fuere su responsabilidad.



Diagrama de procedimiento de distribución

4. Diagrama del procedimiento de distribución



Descripción del procedimiento de distribución

5. Descripción del procedimiento de distribución

5.1 Clientes directo, cliente mayorista: se clasificará los clientes por directo y mayorista el cual depende del número de casas térmicas para mascotas.

5.2 Promoción de ofertas o descuentos opcionales del producto: Se indicará al cliente las promociones que habrán de casas térmicas.

5.3 ¿Decide comprar la casa térmica?: Si el cliente acepta la compra, se empieza a tomar los datos para facturación.

Decide, Si

Decide, No: no se efectúa la compra.

5.4 Efectuar la venta del producto: Una vez ingresada la información en el sistema contable se consultará la forma de pago para emitir la factura y se imprimirá para que el cliente firme.

5.5 Coordinar las ventas con el recepcionista: se coordinará con el cliente si desea, que se envíe el producto a domicilio e informa que tiene recargo de envío.

5.6 Si hay producto stock en la bodega: una vez coordinado se revisa en bodega para separar el producto.

5.7 Entrega del producto al cliente: una vez que el cliente verifique el producto, se podrá llevar su compra

4.3.3 Maquinarias y Equipos

La cantidad de inversión en equipamientos se entenderá como todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la microempresa creada

por el proyecto. En este caso nos referimos a la maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general para el funcionamiento de la microempresa.

En la fase de definición de la maquinaria y equipo se describen aquellos que se utilizarán para brindar el servicio, específicamente en el caso de Superpatitas House serían los necesarios para transportar las casas térmicas a la dirección que indique el cliente. Este componente del estudio técnico es importante y garantiza en qué medida el servicio que se pueda dar satisfaga las expectativas del cliente.

4.4 Estudio Administrativo

El estudio administrativo en una microempresa proporciona las herramientas que sirven de guía para el desarrollo de dicho proyecto, este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las operaciones a ejecutar para lograr los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Toda Empresa debe de asumir con responsabilidad de establecer una dirección o coordinación lógica, sobre el uso correcto de estos procesos, ya que de estos realmente depende el avance de la empresa, en vista de llevar en cuenta las posibles metas futuras, estableciendo un plan de manejo que den cumplimiento a los objetivos, su misión y visión, de tal manera en conformidad a los conceptos anteriormente expuestos, Superpatitas House deberá cumplir con los procesos de manera coherente y bien establecidos, no habría actualmente una situación que limita a tomar decisiones muy conmovedora

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar las operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.

La meta del estudio administrativo radica en determinar los aspectos organizativos que deberá tomar a consideración una nueva microempresa para su establecimiento tales como:

- Planeación estratégica
- Organigrama
- Planificación de recursos humanos

El primer paso es asignar funciones y responsabilidades mediante el organigrama en cual se detallan el perfil requerido para la microempresa y figure estructura de la microempresa.

4.4.1 Análisis situacional

“Planificación, acción y efecto de planificar, función fundamental del proceso Administrativo, sin la previa administración de las actividades, por medio de la

planeación no habría nada que organizar, dirigir ni que controlar. Para lograr una administración competente, deben hacerse planes basados en hechos, para prever y ordenar las actividades necesarias”. García (2012)

1. Misión

Somos una empresa dedicada a la fabricación de casas térmicas, para los canes y ofrecer un espacio propio que se adapte a las condiciones Ambientales.

2. Visión

Superpatitas House “Ser la primera empresa en comercialización de casas térmicas para mascotas, que promueve la calidad de vida para los animales domésticos.

3. Valores Institucionales

- **Compromiso**

Realizar el mejor esfuerzo laboral para contribuir al logro de la misión, visión y valores institucionales de Superpatitas House utilizando en forma competente, respetuosa y fraternalmente a los clientes de Superpatitas House.

- **Trabajo en equipo**

Interacción efectiva y entusiasta orientada a conseguir resultados relevantes para la población de Superpatitas House, basada en la comprensión clara de los objetivos, de la coordinación, la rapidez delegación adecuada, flexibilidad y reconocimiento del logro de resultados por los colaboradores.

- **Transparencia**

Ejecutar lo que es debido con la honestidad y sinceridad que demuestre la ética y profesionalismo de Superpatitas House.

- **Seguridad**

Garantizar confiabilidad de la información registrada por los clientes de Superpatitas House.

- **Excelencia**

Iniciativa personal y colectiva, para mejorar continuamente el desempeño y calidad de los servicios que presta la Superpatitas House a todos los clientes.

- **Innovación**

Promovemos el mejoramiento continuo para crear y mejorar procesos y servicios de Superpatitas House.

Colaboradores

1. Los bienes muebles e inmuebles de Superpatitas House, deberán recibir el mantenimiento respectivo a efectos de precautelar su buen estado de presentación y conservación.
2. Las horas suplementarias serán trabajadas y pagadas de acuerdo a lo que disponen las leyes de trabajo.
 - a. El horario actual o vigente puede ser modificado según las necesidades del establecimiento comercial, previo la aprobación de las autoridades de trabajo.

3. Los trabajadores no podrán abandonar los puestos de trabajo mientras que el jefe de ese departamento no lo autorice. Podrán hacerlo sólo exactamente a la hora señalada para la culminación de cada jornada, determinada en el reglamento.
4. Evitar todo cuanto pueda poner en peligro a su propia seguridad, la de los compañeros de trabajo, o de las otras personas, así como la de los lugares de trabajo.
5. Observar buena conducta en el trabajo, practicando las normas de ética y buena conducta.
6. Desempeñar con responsabilidad, eficiencia las funciones de puestos.
7. Cumplir y respetar las órdenes legítimas de los superiores.
8. Velar por la economía e intereses del establecimiento comercial, por la conservación de valores, documentos, útiles, equipos y bienes en general, confiando su custodia, administración o utilización.
9. Disminuir el ritmo normal de trabajo, inducir a los compañeros a reducir su eficiencia y rendimiento en el mismo o alterar los procedimientos establecidos para el uso de herramientas y máquinas de trabajo.
10. Falsificar o alterar facturas u otro documento, para su propio beneficio o el de terceros, debidamente comprobado.

Clientes

1. Garantizar la calidad en la prestación de los servicios de Superpatitas House de manera eficiente y oportuna.

2. El cliente deberá leer el manual de limpieza de las casas térmicas para mascotas, para su correcto funcionamiento y manejo.

3. La garantía del producto de Superpatitas House son de 12 meses, en caso que el cliente dentro del año no realice notificación a la empresa, deberá asumir el costo por reparación.

4. Antes de imprimir la factura, el cliente podrá revisar si los datos son los correctos.

5. Todo producto deberá ser aprobada por el cliente y solicitar la capacitación por parte de Superpatitas House para el correcto funcionamiento.

6. Los envíos a domicilio aplican recargos a la factura.

7. En caso de esta roto el sello de seguridad del equipo el cliente, perderá la garantía de la casa térmica.

8. Salida la mercadería del local, no se aceptan devoluciones.

9. Los mantenimientos de las casas térmicas, se podrán solicitar a Gerencia con 48 horas de anticipación.

10. Nuestro equipo de Superpatitas House, estará disponible para atender con información precisa antes, durante y después de la compra, garantizando así una excelente comunicación y servicio.

11. Se venderán casas térmicas a mayorista, el cual el interesado tendrá que realizar un abono del 50% para la fabricación de las mismas; el comprador realizara el pago restante el día de la entrega del producto.

Políticas

Proveedores

1. Construir relaciones con aquellos Proveedores que brinden las mejores capacidades en términos de innovación, costes, servicio y calidad para garantizar la máxima satisfacción de los Clientes.
2. Concentrar las compras en un número limitado de Proveedores excelentes;
3. Buscar el menor coste total de la cadena de suministros, teniendo en cuenta no sólo el precio, asimismo el coste de la calidad, de la innovación y del servicio en relación a las prestaciones requeridas para el producto.
4. Implicar a los Proveedores con las normas o estándares para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia de productos y servicios.
5. Relacionarse con Proveedores en posesión de las certificaciones del Sistema de Calidad según las normas de ISO, otorgados por Organismos de Certificación acreditados.
6. Privilegiar en la evaluación de los Proveedores a aquellos que cuentan con un Sistema de Gestión Medioambiental certificado (ISO 14000).
7. Establecer relaciones con los Proveedores basándose siempre en la honestidad y el rigor por ambas partes.
8. El Proveedor no comunica ni confiere a terceros, bajo ningún hecho, los datos de carácter personal registrados.

9. Abastecer en cantidad necesaria y plazo conveniente la materia prima en un proceso mínimo de 48 horas a partir de la fecha solicitada.

10. Los pagos para los proveedores se desarrollarán los viernes de cada semana.

4.4.2 Organigrama

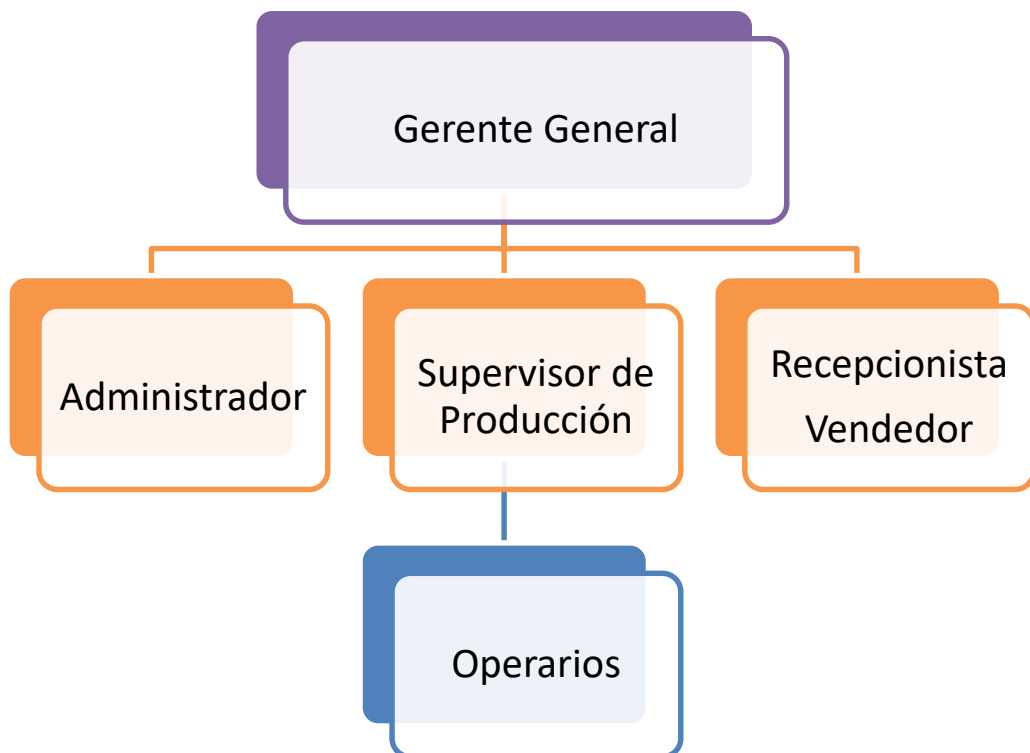


Figura 29. Estructura Organizacional Vertical Superpatitas House

El organigrama vertical de una empresa se basa en una estructura jerárquica piramidal, cuyas responsabilidades recaen en la cima de la misma. A medida que descendemos por la cadena en cada área funcional, el nivel de autoridad y responsabilidad disminuye.

4.4.3 Funciones de Talento Humano

Cargo: Gerente General

Responsable de controlar y supervisar el cumplimiento del presupuesto del área de internet y de las campañas en digital asimismo analizar cómo fluyen las campañas de marketing, inspeccionar la producción y contenidos para las redes sociales y garantizar su correcto funcionamiento.

- Sexo: Mujer
- Edad: 23 a 30 años.
- Conocimientos: administrativos, contables, producción, marketing, ventas.
- Formación académica: estudiante en carreras administrativas y afines.
- Experiencia mínima: 3 años.
- Tipo de contrato: tiempo completo
- Manejo de Redes Sociales

Funciones

1. Planeación. - Formular objetivos y determinar medios para alcanzarlo.
2. Organización. - Diseñar el trabajo, asignar los recursos, coordinar actividades.

3. Dirección. - Asignar personas responsables, dirigir las actividades, motivarlas, liderarlas y comunicarlas.
4. Control. - Monitorear las actividades y corregir los desvíos.
5. Community Manager. - Monitoreo, Respuesta, Difusión y Branding
6. Llevar la contabilidad de la empresa.
7. El administrador puede representar a la empresa en las gestiones.
8. Pueden firmar documentos oficiales de la empresa.
9. Atender a clientes, compradores y a las visitas oficiales, y presidir ciertas reuniones y ceremonias.
10. El administrador también es un cuidador de los activos de la compañía.
11. Deberá delegar autoridad y responsabilidades a otros.
12. Gestionar el presupuesto de la empresa.
13. Limpieza del local.
14. Tipo de contrato: tiempo completo.

Tabla 38

*Profesiograma del Administrador 1***PUESTO:** Administrador 1

PROFESIOGRAMA				
	RASGOS	NIVELES		
		ALTO	MEDIO	BAJO
	Edad	X		

	Estudios realizados	X
	Conocimientos especializados	X
	Conocimientos de informática	X
DATOS OBJETIVOS	Marketing	X
	Idioma: Ingles	X
	Experiencia	X
	Empatía	X
	Modales	X
	Capacidad negociadora	X
	Control del personal	X
	Community manager	X
	Trabajo en equipo	X
		Inteligencia
DATOS PSICOLÓGICOS	Capacidad de trabajo	X
	Capacidad de comunicación	X
	Adaptabilidad	X
	Flexibilidad	X
	Responsabilidad	X
	Expresividad	Sinceridad Serenidad Vivaz
PERSONALIDAD	Sociabilidad	Simpatía
		Dominante
		Extrovertido
		Cooperación
		Sociable
	Comportamiento	Alegre
		Activo
		Seguro
		Ordenado
		Confiado
	Control	
	Ética	Ambición Lealtad

Cargo: Administrador

Responsable de controlar y supervisar el cumplimiento de Superpatitas House, responsable de llevar las casas térmicas a las casas de clientes y revisar la parte financiera de la empresa.

- Sexo: Hombre
- Edad: 23 a 30 años.
- Conocimientos: administrativos, contables y producción.
- Formación académica: estudiante en carreras administrativas y afines.
- Experiencia mínima: 3 años.
- Tipo de contrato: tiempo completo
- Conducir el vehículo de la empresa

Funciones

1. Planeación. - Formular objetivos y determinar medios para alcanzarlos.
2. Organización. - Diseñar el trabajo, asignar los recursos y coordinar las actividades.
3. Dirección. - Asignar personas responsables, dirigir las actividades, motivarlas, liderarlas y comunicarlas.
4. Control. - Monitorear las actividades y corregir los desvíos.
5. Responsable de transportar las casas térmicas a las casas de los clientes.

6. Actualiza los soportes con el objetivo de controlar los movimientos contables y genera balances y reportes financieros.
7. Lleva a cabo el registro de movimientos y pagos de los proveedores y mantiene actualizadas las cuentas por pagar.
8. Revisa el cálculo de las planillas de retenciones de impuestos sobre la renta.
9. Declaración del IVA mensual.
10. Detalla cada uno de los movimientos y registros contables, elabora comprobantes diarios y registra e la información necesaria para obtener los estados financieros actualizados de la empresa.
11. El administrador debe poner la información relevante a disposición de todos los involucrados en la organización.
12. Trazar un plan de negocios nuevo y actualizado.
13. Convocar y reunirse con personas para mantenerse comunicación.
14. Tipo de contrato: tiempo completo

Tabla 39

*Profesiograma del Administrador 2***Puesto:** Supervisor de Producción**PROFESIOGRAMA**

		NIVELES

	RASGOS	ALTO	MEDIO	BAJO	
DATOS OBJETIVOS	Edad	X			
	Estudios realizados		X		
	Conocimientos especializados		X		
	Conocimientos de informática		X		
	Marketing	X			
	Idioma: Ingles	X			
	Experiencia	X			
	Empatía	X			
	Modales	X			
	Capacidad negociadora			X	
	Control del personal	X			
	Licencia profesional E	X			
	Trabajo en equipo	X			
DATOS PSICOLÓGICOS	Inteligencia	X			
	Capacidad de trabajo	X			
	Capacidad de comunicación	X			
	Adaptabilidad	X			
	Flexibilidad	X			
	Responsabilidad	X			
PERSONALIDAD	Expresividad	Sinceridad			
		Serenidad			
		Vivaz			
	Sociabilidad	Simpatía			
		Dominante			
		Extrovertido			
		Cooperación			
		Sociable			
	Comportamiento	Alegre			
		Activo			
		Seguro			
		Ordenado			
		Confiado			
		Control			
Ética	Ambición				
	Lealtad				

Cargo: Supervisor de Producción

Cargo: Supervisor de Producción

Supervisar el trabajo de producción, resolver problemas que se presente en maquinaria y herramientas de trabajo. Garantizar que se tenga abastecimiento de materias primas, encargado de que se cuente con las normas y políticas de seguridad adecuados.

- Sexo: Hombre
- Edad: 25 a 35 años.
- Conocimientos: administrativos, contables y producción.
- Formación académica: estudiante en carreras administrativas y afines.
- Experiencia mínima: 2 años.
- Tipo de contrato: tiempo completo

Funciones

5. Programación y seguimiento de fabricación de casas térmicas.
6. Coordinación de mantenimiento y reparación de equipos
(proveedores, servicio técnico).
7. Recopilar, interpretar y comunicar los avances de las casas térmicas.
8. Ejecución de pruebas de las casas térmicas.
9. Supervisión programada de procesos de producción: madera, techo, aislante térmico, esponja, cortina hawaiana.
10. Planificación de actividades con los asistentes (referente a las casas térmicas).

11. Control de calidad del producto final.
12. Inspección, colaboración y seguimiento de registros y formatos de producción.
13. Cumplir con las políticas internas, procedimientos y normas de control de la empresa.
14. Se encarga de planificar las etapas de cada proceso, para garantizar que los productos elaborados sean terminados en el tiempo requerido y con la mejor calidad posible.
15. Formar a los nuevos empleados sobre cómo usar de forma segura la maquinaria y seguir los procedimientos.
16. Enviar informes sobre el rendimiento y el progreso
17. Trabajar de manera conjunta con su equipo de trabajo para lograr que todos estén comprometidos con dar servicios y productos que excedan las expectativas de los clientes.
18. Cumplir con los índices de productividad que los clientes piden, para ello el supervisor se debe de encargar de implementar estrategias para su logro. Tales estrategias podrían incluir.

Tabla 40

*Puesto: Operarios***PROFESIOGRAMA**

	RASGOS	NIVELES		
		ALTO	MEDIO	BAJO
Edad		X		

DATOS OBJETIVOS	Canalizar llamadas	X
	Conocimientos especializados	X
	Conocimientos de informática	X
	Registro de usuarios	X
	Idioma: inglés, Frances	X
	Experiencia	X
	Empatía	X
	Archivar y organizar	X
	Resolver problemas	X
	Revisar el producto	X
	Evaluaciones diarias	X
	Gestionar el personal	X
	Control de calidad	X
	Control del personal	X
	Creatividad	X
Trabajo en equipo	X	
DATOS PSICOLÓGICOS	Inteligencia	X
	Capacidad de trabajo	X
	Capacidad de comunicación	X
	Adaptabilidad	X
	Flexibilidad	X
	Responsabilidad	X
PERSONALIDAD	Expresividad	Sinceridad
		Serenidad
		Vivaz
	Sociabilidad	Simpatía
		Dominante
		Extrovertido
		Cooperación
		Sociable
	Comportamiento	Alegre
		Activo
		Seguro
		Ordenado
		Confiado
		Control
	Ética	Ambición
Lealtad		

Cargo: Operarios

Responsable de la producción de casas térmicas, controla el stock de mercancías y paletiza adecuadamente toda la mercancía para su salida del almacén.

- Sexo: Hombre
- Edad: 23 a 45 años.
- Conocimientos: Producción.
- Formación académica: estudiante en carreras administrativas y afines.
- Experiencia mínima: 2 años.
- Tipo de contrato: tiempo completo

Funciones

1. Controla el stock de mercancías.
2. Comprueba adecuadamente del estado de la mercancía recibida.
3. Se ocupa de clasificar y seleccionar las mercancías y productos que posteriormente serán suministrados.
4. Actualiza el inventario.
5. Recoge muestras de las mercancías y productos almacenados.
6. Paletiza adecuadamente toda la mercancía para su salida del almacén.
7. Se encarga de distribuir las cargas, las mercancías por el almacén.
8. Comprueba, coteja y marca la mercancía que entra en el almacén.
9. Clasifica las cargas para ser ubicadas en el lugar y posición correctos del almacén.

10. Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de producto, interpretar planos, gráficos de diseño y entender los planes de producción.
11. Seguir paso a paso las especificaciones de producción, verificar que el proceso de calidad en la producción sea el adecuado.
12. Almacenar las mercancías y materia primas correctamente en bodega.
13. Adopta en todo momento las medidas establecidas en la normativa de la empresa, y trabaja según las prácticas correctas de seguridad en el trabajo.
14. Apoyo al Supervisor de Turno ante cualquier circunstancia.
15. Embalar las mercancías a enviar.
16. Operación de equipos sin poner en riesgo al personal ni a las maquinas.
17. Comunicar al supervisor el stock de la materia prima, de manera diaria.
18. La limpieza del área es responsable el operador, dejar el espacio de trabajo despejado.
19. La supervisión de las mismas.

Tabla 41

Puesto: Recepcionista

PROFESIOGRAMA

	RASGOS	NIVELES			
		ALTO	MEDIO	BAJO	
DATOS OBJETIVOS	Edad		X		
	Conocimientos especializados	X			
	Idioma: inglés		X		
	Experiencia	X			
	Empatía		X		
	Resolver problemas	X			
	Revisar el producto	X			
	Realizar el producto	X			
	Planificación de entrega	X			
	Control del personal	X			
	Creatividad	X			
	Trabajo en equipo	X			
	DATOS PSICOLÓGICOS	Inteligencia	X		
Capacidad de trabajo		X			
Capacidad de comunicación		X			
Adaptabilidad		X			
Flexibilidad		X			
Responsabilidad		X			
PERSONALIDAD	Expresividad	Sinceridad			
		Serenidad			
		Vivaz			
	Sociabilidad	Simpatía			
		Dominante			
		Extrovertido			
		Cooperación			
		Sociable			
	Comportamiento	Alegre			
		Activo			
		Seguro			
		Ordenado			
		Confiado			
		Control			
	Ética	Ambición			
Lealtad					

Cargo: Recepcionista

Responsable de recibir a los visitantes, determinar la naturaleza u objetivo de su visita y guiarlos a los destinos correspondientes, archivar y organizar documento

tanto físico como en formato digital y llevar un registro computarizado y ocuparse del calendario de citas de los clientes y realizar las citas de reservas de casas térmicas al local.

- Sexo: Mujer
- Edad: 22 a 30 años.
- Conocimientos: Archivar, Excel, Word, atención al cliente.
- Formación académica: estudiante en carreras administrativas y afines.
- Experiencia mínima: 2 años.
- Tipo de contrato: tiempo completo

Funciones

1. Tomar mensajes y remitirlos a la persona correspondiente.
2. Recibir, clasificar y entregar la correspondencia.
3. Coordinar servicios de entrega a domicilio y mensajería.
4. Archivar y organizar documentos (correos electrónicos, facturas, recibos, reportes, entre otros) tanto físico como en formato digital.
5. Reportar cualquier actividad sospechosa a los agentes de seguridad.
6. Llevar a cabo tareas de apoyo administrativo.
7. Recibir cordialmente a los visitantes y personal de la empresa.
8. Cobrará las casas térmicas en Caja.

9. Responder las llamadas telefónicas.
10. Actualizar las citas en el calendario, así como mantener al día las reuniones y agendas necesarias.
11. Mantener la seguridad siguiendo los procesos y el control de acceso (monitorizándolo a través de pantallas, pidiendo autorizaciones, etc).
12. Recibir y responder diariamente a los emails, notificaciones, avisos o certificados.
13. Responder, registrar y devolver las llamadas de teléfono, así como de proporcionar la información básica si es necesaria.
14. Responder preguntas, resolver problemas o quejas y orientar a los clientes apropiadamente.
15. Mantener el área de recepción limpia y ordenada en todo momento.
16. Realizar pedidos de materiales de oficina cada vez que sea necesario y mantener un inventario de los mismos.
17. Mantener eficientemente toda información que sea importante para el desarrollo del trabajo en la empresa.

Tabla 42
Recepcionista

Proceso de Reclutamiento

PROFESIOGRAMA

	RASGOS	NIVELES			
		ALTO	MEDIO	BAJO	
DATOS OBJETIVOS	Edad	X			
	Canalizar llamadas	X			
	Conocimientos especializados	X			
	Conocimientos de informática	X			
	Registro de usuarios	X			
	Idioma: inglés, Frances	X			
	Experiencia	X			
	Empatía	X			
	Archivar y organizar	X			
	Resolver problemas	X			
	Control del personal	X			
	Creatividad	X			
Trabajo en equipo	X				
DATOS PSICOLÓGICOS	Inteligencia	X			
	Capacidad de trabajo	X			
	Capacidad de comunicación	X			
	Adaptabilidad	X			
	Flexibilidad	X			
	Responsabilidad	X			
PERSONALIDAD	Expresividad	Sinceridad			
		Serenidad			
		Vivaz			
	Sociabilidad	Simpatía			
		Dominante			
		Extrovertido			
		Cooperación			
		Sociable			
	Comportamiento	Alegre			
		Activo			
		Seguro			
		Ordenado			
		Confiado			
		Control			
	Ética	Ambición			
Lealtad					

El reclutamiento de personal es la manera en cómo se atraen a las personas que aspiran a ocupar un puesto de trabajo relacionado con sus capacidades, experiencias y habilidades personales, asimismo la organización se encarga de dar la información

necesaria según el cargo disponible, con la finalidad de atraer aspirantes según el perfil publicado, el reclutamiento en se concederá a propagar al mercado las oportunidades de trabajo, en la cual pasara por un proceso para estudiar al aspirante si cumple con las características del Perfil y poder apropiarse de un personal oportuno.

Proceso de vinculación personal

Medios Prensa Escrita

Surgiendo la necesidad, y no habiéndose encontrado candidatos dentro de la organización o siguiendo la política de selección propia de la empresa, se decide buscar de manera externa el personal, necesario para cubrir los puestos vacantes por lo cual se utilizará, prensa escrita del Diario el Universo en medidas el cual saldrá: 728x90 pixeles en la sección de Home por una inversión de \$24.00, los días domingos.

En la elección de una o varias fuentes de reclutamiento debemos considerar:

1. El tipo de necesidades de personal.
2. La localización de los posibles candidatos.
3. Épocas en la que se debe realizar el proceso completo de reclutamiento.
4. Sueldos y demás ventajas que se ofrecen.
5. Coste de la fuente de reclutamiento y su calidad.
6. Rapidez del tiempo de respuestas.

7. Además, debemos considerar los resultados después de la utilización de cada fuente. Estos vienen determinados por el número de candidatos presentados.

Solicitud de empleo:

Este es un documento sumamente importante ya que, además de hacer la petición formal del empleo, es una presentación personal que puede incidir en la persona que tome la decisión de contratar al nuevo trabajador. Por lo tanto, es imprescindible que este documento se escriba lo mejor posible, siendo serio y respetuoso. (Salazar, 2010)

Diagrama de Flujo

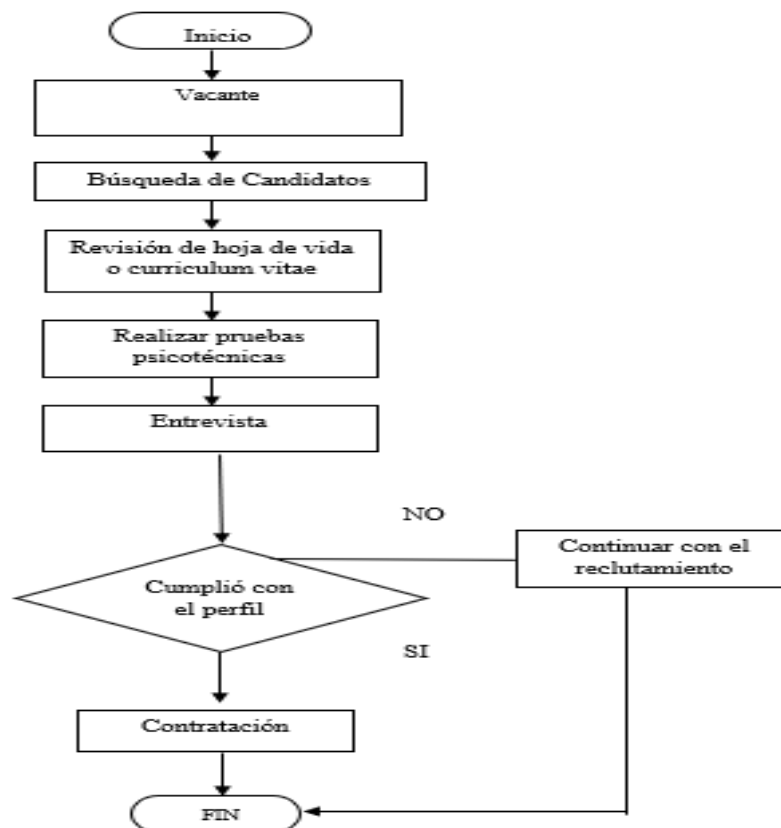


Figura 30. Diagrama de Flujo Recepción de personal

Tabla 43

Descripción del proceso del reclutamiento y selección de personal

Políticas propias:

Superpatitas House	Caracterización del proceso de reclutamiento y selección de personal.
Objetivo	Identificación y captación de aspirantes con la finalidad de adquirir un personal apto y capacitado para brindar servicios en la organización.
Alcance	Comprender desde la vacante hasta la contratación.
Responsable	Administrador 1
Macro proceso	Detalle
Vacante	El departamento de talento humano realiza un análisis de puesto, para establecer las vacantes para realizar el reclutamiento.
Búsqueda de candidato	Se realiza un anuncio en los medios de comunicación con los requisitos necesarios para aspirar al cargo.
Revisión de hoja de vida o currículum vitae	Se reciben y analizan las hojas de vida de los posibles aspirantes y se comprueba a la información como preparación educativa, experiencia laboral y referencias personales.
Realizar prueba psicotécnica	A los aspirantes se le comunica para que realicen la respectiva prueba, evaluando las habilidades del aspirante.
Entrevista	Se le realiza la pertinente entrevista, analizando la aptitud y si el aspirante cumple con el perfil requerido.
Contratación	Para entrar a la contratación al aspirante se le indica los beneficios, sueldo y el tipo de contrato que va a firmar.

- Se comenzará el proceso de reclutamiento de personal una vez identificada la necesidad o falta de un trabajador en un área específica.
- Se establecerá un perfil limitando las funciones del cargo vacante, así como horario, días laborales, modalidad de contrato y sueldo.
- Se creará un listado con las cualidades, aptitudes, conocimientos y requerimientos necesarios para acceder al puesto.
- Cuando se trate de un proceso de reclutamiento externo, se decidirá una o varias fuentes de reclutamiento.
- Las convocatorias serán claras en sus requerimientos que deberán ser de total cumplimiento.
- El personal encargado del proceso de reclutamiento dentro del plazo de una a dos semanas receptorá carpetas con información básica, hoja de vida, llamadas y mensajes de los postulantes interesados para posteriormente traspasar dicha información al encargado del proceso de selección.

Proceso de Contrato

Con base a la entrevista, el administrador deberá seleccionar al candidato que se haya desempeñado de la mejor manera durante la entrevista y que cumpla con los requerimientos para el cargo. Todos los colaboradores firmarán un contrato de empleo (Contrato de trabajo indefinido) debe comprometerse a una carta de confidencialidad.

Objetivo:

Por medio de este proceso se hace la contratación legal a los diversos procesos que ha incurrido el postulante. Es formalizar como indica la ley la futura dependencia de trabajo para garantizar los intereses, derechos, tanto del trabajador como de la microempresa.

Políticas propias:

- Respetar las normativas legales del país, Código de Trabajo, Ley de Seguridad Social, Constitución.
- El valor de la remuneración será fijado bajo el acuerdo salarial referente en los términos de contratación y nivel de remuneración.
- Los pagos se realizarán por medio de transferencia o depósitos escogida por la microempresa de forma mensual.
- Se reconocerá el pago por horas extraordinarias y suplementarias.
- El postulante seleccionado entregará los siguientes documentos:
 - Copia de Cédula de identidad
 - Tres fotográficas tamaño carnet
 - Papeleta de votación vigente
 - Comprobante de domicilio reciente (servicios básicos)
 - Título y/o certificado de estudios realizados y/o estudios cursando
- De acuerdo a leyes laborales se descontarán los rubros siguientes:

- Aportaciones al IESS
- Impuesto a la renta
- Dividendos de préstamos concedidos por el IESS
- Aportes de los valores correspondientes a los beneficios adicionales
- Valor de activos de la microempresa por pérdida o destrucción sea comprobada.

Proceso de inducción

Objetivo:

Determinar el nivel de integración del nuevo trabajador tanto en el caso de personas de nuevo ingreso o de trabajadores con movilidad, y su posterior capacitación.

Establecer actitudes favorables de los nuevos empleados hacia la microempresa, las políticas, cultura organizacional, procesos básicos, y su personal.

Alcance:

Interviene el gerente y los trabajadores del área a la que pertenece el nuevo trabajador.

Diagrama de flujo:

Figura 31. Diagrama de flujo por Proceso de inducción

Activación del programa de inducción:

El programa no dará inicio sin la previa autorización del Administrador 1.

Introducción:

Se presentará al nuevo personal con sus compañeros con la finalidad que lo conozcan y se integre con grupo del área trabajo y las demás personas de la microempresa.

Capacitación del nuevo personal:

Se deberá asignar a un colaborador para dar la capacitación explicando a detalle las actividades del puesto o del cargo a desenvolver. El encargado de esta función debe estar consciente que se deben llevar a cabo una serie de actividades graduales.

Seguimiento:

El Administrador 2 debe velar para que cada actividad se ejecute en el tiempo establecido, tomando las medidas pertinentes si esto no ocurriera de acuerdo a lo planificado.

Políticas propias:

- El desarrollo del programa de inducción del personal de la microempresa estará a cargo del gerente general.
- El proceso de inducción y capacitación se impartirá dentro de 48 horas después de la contratación, este proceso es obligatorio para todo nuevo empleado.
- El programa de inducción constara de 3 etapas, estas son:
 - Introducción
 - Capacitación
 - Seguimiento

El administrador 2 de la microempresa estará encargado de la entrega de uniformes y/o prendas de protección según corresponda el cargo a ocupar.

Será responsabilidad del nuevo personal que esté recibiendo la inducción, tomar notas y hacer preguntas con la finalidad de despegar cualquier duda durante la duración del programa de inducción.

Realiza Prueba Psicométrica:

La prueba psicométrica consiste en un examen donde se evaluará a los postulantes para las diferentes áreas de Superpatitas House, el cual consiste en aprobar los exámenes: auditiva, motriz, psicológica y visual. Lo cual nos permite identificar los parámetros, en el que se encuentra una persona conceptualizado en estos cuatro puntos. El rango de aprobación debe de estar dentro de los parámetros según la prueba:

Tabla 44

Rango de medidas de aprobación Examen Psicométrica

Auditiva	Motriz	Psicológica	Visual
0 / 0	MAX: 0,88	APROBADO	20/20
500	MAX: 1 seg	APROBADO	20/20
1000	MAX: 1.43 seg	APROBADO	20/20
2000	MAX: 133 seg	APROBADO	20/20
4000	MAX: 8 Errores	APROBADO	20/20
6000			20/20
			20/20
			70 grados
			85 grados
			5.0 seg
			32 seg

Evaluación auditiva: Se realiza audiometría para determinar los niveles mínimos de audición y su orientación auditiva.

Evaluación motriz: Este examen es especializado para medir la aptitud física, mental y de coordinación motriz de las personas, la misma que se realizan con equipos diseñados con tecnología de punta, producto de un estudio médico científico efectuado con reconocidas universidades.

Evaluación visual: Prueba las aptitudes visuales de la persona tanto para visión cercana como lejana. Se examina la agudeza visual, pirometría, percepción de profundidad, discriminación de colores, encandilamiento, tiempo de reacción de encandilamiento, medición de fobias y sensibilidad al contraste.

Evaluación psicológica:

Examina la concentración, atención y los reflejos. Consta de cinco pruebas psicomotrices: atención concentrada, reacciones múltiples, reacción al frenado, coordinación bimanual y percepción de velocidad. Igualmente se evalúa mediante un test, la personalidad, consumo de sustancias psicoactivas e inteligencia.

Rol

Tabla 45

Rol Superpatitas House

Cargo	Sueldo
Administrador 1	\$ 450.00
Administrador 2	\$ 593.32
Recepcionista	\$ 400.00
Supervisor Producción	\$ 430.00
Operarios	\$ 400.00
Horas extraordinarias	\$ -
Horas suplementarias	\$ -
Días	30
Total	\$ 2,273.32

Tabla sectorial 2020

IESS

Nomina Administrativo													
Conceptos	N. de colaboradores	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS					Costo mensual	Costo Anual
			Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva 8.33%	Total Beneficios	Individual 19.45%	Patronal 12.15%	Total Aporte 21.60%			
Gerente General	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 33.33	\$ 18.75	\$ 37.49	\$ 89.58	\$ 42.53	\$ 54.68	\$ 97.20	\$ 497.06	\$ 5,964.70	
Administrador	1	\$ 593.32	\$ 49.44	\$ 33.33	\$ 24.72	\$ 49.42	\$ 107.50	\$ 56.07	\$ 72.09	\$ 128.16	\$ 644.75	\$ 7,737.00	
Contador	1		\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL		\$ 1,043.32	\$ 86.94	\$ 66.67	\$ 43.47	\$ 86.91	\$ 197.08	\$ 98.59	\$ 126.76	\$ 225.36	\$ 1,141.81	\$ 13,701.70	
Nomina Ventas													
Recepcionista	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.32	\$ 83.33	\$ 37.80	\$ 44.60	\$ 82.40	\$ 445.53	\$ 5,346.40	
TOTAL		\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.32	\$ 83.33	\$ 37.80	\$ 44.60	\$ 82.40	\$ 445.53	\$ 5,346.40	
Nomina Operativos - Mano Obra Directa													
Operador	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.32	\$ 83.33	\$ 37.80	\$ 48.60	\$ 86.40	\$ 445.53	\$ 5,346.40	
Operador			\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Operador			\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL		\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.32	\$ 83.33	\$ 37.80	\$ 48.60	\$ 86.40	\$ 445.53	\$ 5,346.40	
Nomina Operación - MOI													
S. Produccion	1	\$ 430.00	\$ 35.83	\$ 33.33	\$ 17.92	\$ 35.82	\$ 87.08	\$ 40.64	\$ 47.95	\$ 88.58	\$ 476.45	\$ 5,717.38	
TOTAL		\$ 430.00	\$ 35.83	\$ 33.33	\$ 17.92	\$ 35.82	\$ 87.08	\$ 40.64	\$ 47.95	\$ 88.58	\$ 476.45	\$ 5,717.38	
Remuneración Total											\$ 2,509.32	\$ 30,111.88	

Figura 32. Roles de pago
Superpatitas House

4.5 Estudio Legal

Antes de comenzar cualquier tipo de creación de empresas es mejor cerciorarse de los asuntos legales en cuanto a la microempresa a constituirse, por eso como una parte fundamental de la investigación se realiza el estudio legal. La estructura legal regula las relaciones de los diferentes miembros de la empresa. Las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la ley.

Las personas jurídicas ejercen derechos y cumplen obligaciones a nombre de ésta. Al constituir una empresa como persona jurídica, es la empresa (y no el dueño) quien asume todos los derechos y las obligaciones de la empresa.

Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan sólo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre. Si, por ejemplo, la empresa quiebra y es obligada a pagar alguna deuda, ésta se pagará sólo con los bienes que pueda tener la empresa a su nombre.

El estudio legal comprende el análisis jurídico de la empresa o negocio, se necesita conocer los requisitos legales que se deben implementar para el normal funcionamiento de la empresa, se ha de determinar cuáles son los planes de desarrollo, planes municipales de uso de suelo, las normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, las normas ambientales, uso de patentes municipales, legislación tributaria con respecto a la facturación, aspectos de contratación laboral, entre otros.

La Ley de Compañías de nuestro país en el art. 2 dice lo siguiente:

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La

compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima; y, La compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Se denomina persona jurídica o persona moral a una figura jurídica **que** permite la existencia de un individuo dotado de derechos y obligaciones, pero que no es un ciudadano, sino una institución, organización o empresa que persigue un fin social con o sin fines de lucro.

4.5.1 Tipo de empresa

La creación de Superpatitas House se la realizará mediante una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo a la Ley de Compañías sección V en el Art.95 de nuestro país y tomando en cuenta las disposiciones generales de la misma, la empresa denominada “Superpatitas House” (Sociedad encargada de fabricación de casas térmicas para mascotas) se constituirá como compañía de Responsabilidad Limitada, asumiendo también los costos por concepto de trámites, lo cual se estima en un valor de \$1,000.00 más \$800.00 que se utilizará para la apertura de la cuenta bancaria de la compañía.

La compañía de Responsabilidad Limitada, se contrae entre 2 a 15 socios y para efecto de este proyecto será con dos socios, solamente asumen las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y realizan los servicios bajo una razón social o denominación objetiva “Superpatitas House”.

Elementos básicos**Razón social de la compañía**

La razón Social de la Compañía será “Superpatitas House”

Objetivo social

La compañía se forma con la finalidad de comercializar casas térmicas para mascotas.

Domicilio de la compañía

La compañía estará domiciliada en Padre Solano & Mendiburo 626 en la parroquia Rocafuerte, de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, República del Ecuador.

Tipo de la empresa

El tipo de la empresa estará dado bajo la figura de “Compañía Limitada”.

Capital social

El Capital Social será de USD \$ 20,000.00 dólares

Trámites de legalización

Tabla 46

Trámites de legalización

Ente regulador	Procedimientos	Valor	Documento
Super Intendencia de Compañías	Registrar la denominación Inscribir escritura pública Inscribir anotaciones marginales	\$300.00	Constitución de la compañía -Anotaciones marginales
Notaría Pública	Elaboración de minuta. Elaboración de escritura pública. Anotaciones marginales de constitución y de inscripción	\$500.00	Firma de escrituras
Servicio de Rentas Internas	Creación del ruc	Sin costo	Obtención del RUC (Registro Único del Contribuyente)
Municipio de Guayaquil	Renovación anual anualmente. Permiso de uso de suelo Código catastral de los predios. Certificado del cuerpo de bomberos. RUC del propietario.	Pago de tasas que van desde los \$2 cada uno	Permiso de uso de Suelo -Patente -Tasa de habilitación
Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil	Obtención de la tasa de servicio contra incendios por primera vez.	Alrededor de 20.00 dólares.	Permiso de funcionamiento
Banco Internacional	Para apertura del capital de la compañía, lo exige la creación de la compañía	\$800.00	Apertura de Cuenta Bancaria

Super Intendencia de Compañías

- La reserva de denominaciones se puede realizar de forma física o en línea

- Ingresa el portal web <https://www.supercias.gob.ec>
- Crear un usuario de acuerdo los pasos que se deben seguir
- Seleccionar el icono de Reserva de Denominación
- Como se va a crear desde el inicio se escoge la opción Constitución
- El sistema hará preguntas relacionadas con el término Holding
- Seleccionar el sector a que la compañía va a pertenecer (Societarios, Mercado de valores o Seguros)
- Se deberá llenar una serie de formularios relacionados con la información de la compañía como domicilio, nombre y tipo de compañía a crear
- En el caso de realiza el proceso de constitución en línea, se deberá llenar a actividad que va a realizar con el código CIU.

Valor: Puede ser \$300.00 o \$400.00, dependiendo del capital del negocio

Documento: Constitución de la compañía

Uso de Suelo

1) Tasa de Trámite de Uso de Suelo Valor \$ 2, comprar en las Cajas Recaudadoras (Palacio Municipal, Malecón 1600 y Clemente Ballén, esq. Bloque Noreste 1, planta baja).

2) Cod. Catastral

001-0067-003-3-0-0-1

001-0067-002-0-0-0-1

Dirección: Boyacá entre Padre Solano y Mendiburu

3) Municipio de Guayaquil

Los permisos se renuevan anualmente.

4) Uso de suelo

- Código catastral de los predios.

- Actividad permitida por el municipio en dicho sector

Patente

1) Certificado del cuerpo de bomberos.

2) Cédula y certificado de votación.

3) Copia del RUC de la compañía o del propietario.

Tasa de habilitación

- 1) Contrato de arrendamiento o copia del contrato.
- 2) Cédula y certificado de votación del propietario.
- 3) Cédula y certificado de votación de la persona que solicita el trámite.
- 4) RUC del propietario.
- 5) Permiso de uso de suelo.

Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil hasta 100 m2

- 1) El cuerpo de Bomberos cobra por metraje de metro cuadrado, y la instalación escogida por la microempresa del presente proyecto se estima un valor aproximado de \$35.00 a 50.00 dólares anuales.

Servicio de Rentas Internas

- 1) El SRI otorgará el número del Registro Único del Contribuyente (RUC) y se creará un usuario y clave para poder cumplir las obligaciones tributarias (IVA, impuesto a la renta, retenciones) que se establecen de acuerdo al RUC.

- 2) Trámite en línea:

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/219>

- 3) **SOCIEDADES**

- Formulario 01A y 01B

- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención

- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención

- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

4) **Costo:**

Sin costo directo para el contribuyente

Trámite legal

Para constituir una compañía en Ecuador existe una serie de requisitos y parámetros que se deben seguir antes que el giro de negocio se encuentre en funcionamiento, en el punto de requisito legal se va a definir el tipo de compañía que se ha determinado para la elaboración del presente trabajo de titulación, de manera que se detallan las características del tipo de compañía de acuerdo a la actual ley de compañías del país y por consiguiente todos los pasos para la constitución de una empresa, denotando la importancia de la creación de compañías de forma legal respaldado por entidades públicas y privadas.

El impuesto que genera la mayoría de los ingresos en Ecuador es el IVA, el Impuesto al Valor Agregado. Actualmente la tasa impositiva para el IVA es 12% y se paga en casi todas las compras de bienes, importaciones y las prestaciones de servicios

SRI FICHA DE REQUISITOS				
REQUISITOS GENERALES PARA IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE (PERSONA NATURAL) O REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD EN INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN DEL RUC				
Nombre del Requisito	Detalle del Requisito	Características Específica del Ciudadano	Forma de presentación	Características del Requisito
Documento de identificación	Cédula de identidad	Ecuatoriano / Extranjero Residente	Original	Son válidas las cédulas: reemplazadas, que se encuentren perforadas, siempre y cuando no afecte la integridad del documento. Sin huella para analfabetos o personas con discapacidad. Se podrá aceptar la ficha índice dactilar, certificados provisionales vigentes emitidos por el Registro Civil, certificados biométricos, o tarjeta consular siempre que en estos documentos se pueda identificar la firma del contribuyente. No se aceptan cédulas ilegibles, caducadas, que no tengan un periodo de vigencia o referan hasta la muerte del titular, cédulas de menor de edad cuando la persona ya sea mayor de edad
	Pasaporte ecuatoriano	Ecuatoriano / Extranjero Residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	No se aceptan pasaportes caducados. El pasaporte debe incluir aquellas hojas que identifiquen al contribuyente
	Pasaporte + Visa	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	No se aceptan pasaportes caducados. El pasaporte debe incluir aquellas hojas que identifiquen al contribuyente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto visas de turista o transeúnte. No se aceptan visas pre aprobadas
	Credencial o Certificado de refugiado	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	Para el caso de refugiados se solicita en lugar del pasaporte y visa la credencial o certificado emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, no se acepta la credencial caducada (la credencial provisional de refugiado es válida por tres (3) meses).
Documento migratorio	Documento que acredite la condición migratoria regular en el territorio insular	Ecuatoriano / Extranjero Residente / Extranjero no residente	Original y copia del documento vigente que acredite la condición migratoria regular	Aplica exclusivamente para los trámites realizados en la Provincia de Galápagos
Certificado de votación	Certificado de votación, Certificado de exención, o, Certificado de pago de multa por no sufragar	Ecuatoriano	Original	Cuando sea obligatorio el voto, se verificará la obligación de haber cumplido con el mismo mediante la información que consta en los medios electrónicos que dispone el SRI, en caso de no disponer de esta información de manera electrónica, se exigirá la presentación de este documento.

Figura 33. Ficha de requisitos representante legal del RUC

Nota. Obtenido de: Pagina del SRI (2020)

Detalle del Requisito	Forma de presentación	Características del Requisito
Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional)	Informar el código	Este código consta de 10 dígitos y se encuentra registrado en la factura de servicio eléctrico.
Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono	Presentación del original	Se presentará únicamente el original de las facturas, planillas o comprobantes de pago de agua o teléfono. En caso de que se encuentre en trámite la adquisición del servicio básico.
Factura o estados de cuenta de otros servicios	Copia simple	Facturas o estados de cuenta correspondientes a telefonía fija o móvil, televisión pagada (TVCABLE, Aero cable, DirecTV, o cualquier otro), servicio de internet, prestados por instituciones públicas o privadas.
Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural	Copia simple	
Cualquier documento emitido por una entidad pública	Copia, a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública	Estos documentos pueden ser: Certificaciones de cualquier entidad pública; contrato de servicios básicos, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección de la dirección (trabajador de la empresa de agua potable, energía eléctrica o entidad pública proveedora de telefonía fija). Concesiones mineras y camaroneras.
Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato	Copia simple	El contrato de arrendamiento cuyo cánón de arrendamiento supere una RBU (remuneración básica unificada) deberá ser inscrito ante un notario.
Contrato de Concesión Comercial	Copia simple	
Certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros	Original	Los certificados emitidos por centros comerciales, clínicas, asociaciones de plazas y mercados, u otros deben contener la dirección exacta, el nombre de la plaza o mercado, el número de puesto, nombre del edificio, oficina o local; deberá ser emitida por el Administrador con sello y firma.
Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito	Copia simple	
Patente Municipal, Permiso de Bomberos	Copia simple	
Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio	Original	Se acepta este requisito únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado.
Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad	Copia simple	La escritura de compra venta del inmueble deberá encontrarse inscrita en el Registro de la Propiedad.

Figura 34. Ficha de requisitos representante legal del RUC

Nota. Obtenido de: Pagina del SRI (2020)

4.6 Conclusión

El estudio de mercado realizado para determinar la creación de la microempresa de fabricación de casas térmicas para mascotas “Superpatitas House” refleja que el negocio va a tener aceptación, fundamentalmente para la comercialización de casas para perros de todos los tamaños y pesos.

El estudio técnico realizado deja planteado detalladamente los componentes relacionados a las dimensiones, características del local, la localización, las tecnologías para la elaboración de casas térmicas, la ingeniería de proyecto y la maquinaria y equipos, todos ellos constituyen el punto de partida para realizar el estudio de factibilidad, que permitirá tomar decisiones en cuanto a la apertura o no de la microempresa.

El análisis FODA realizado para la empresa de fabricación de casas térmicas para mascotas “Superpatitas House” permite concluir que la misma posee fortalezas relacionadas con el personal capacitado, la localización del negocio y la infraestructura, lo que posibilita contrarrestar algunas amenazas tales como el incremento de nuevos competidores, igual permite al negocio definir estrategias para aprovechar oportunidades que le permitirán eliminar o disminuir las debilidades que tienen para iniciar la nueva empresa.

El estudio administrativo se obtuvo la definición de la misión, visión, los valores, estructura organizativa y diseño de perfiles y funciones de los puestos de trabajo, los procedimientos de selección y contratación, entre otros, los cuales posibilitan la planificación de la microempresa garantizando el desempeño satisfactorio una vez se inicie el funcionamiento.

El estudio legal permitió definir el tipo de empresa, la forma de constitución de acuerdo a la ley, identificando y detallando los trámites de legalización y establecimiento de las obligaciones y requisitos tributarios a cumplir antes y durante el funcionamiento y puesta en marcha de la microempresa.

Recomendaciones

- Tener en cuenta los resultados obtenidos del estudio de mercado para el diseño de los servicios con mayor aceptación, las condiciones del negocio para brindar facilidades de pago según lo expuesto, la publicidad más recomendada, así como los precios a fijar.
- Profundizar una vez iniciada la empresa en estudios de mercados específicos para garantizar servicios con la calidad requerida según las expectativas de los clientes.
- Aplicar nuevos estudios de mercado una vez se inicie la empresa para expandir el negocio a otros puntos de la provincia.
- Planificar y organizar todos los procesos de la empresa según lo definido en el estudio técnico, administrativo y legal.

Capítulo V

5.Propuesta

El proyecto de investigación de la creación de las casas térmicas, beneficia la salud de las mascotas el cual ayuda a no tener bacterias, insectos o virus (COVID 19) que lesionen a los canes, como también el golpe de calor sofoca y afecta a los perros de cualquier raza, por eso, se realiza el proyecto de creación e innovación de casas térmicas para las mascotas en la ciudad de Guayaquil.

5.1 Título de la propuesta

Proyecto de prefactibilidad en la creación de casas térmicas para mascotas para determinar su rentabilidad financiera en el cantón Guayaquil.

5.2 Autores de la propuesta

- Daniel Alexander Silva Ojeda
- Teresa Piedad Tomalá Tolozano

5.3 Empresa auspiciante

El presente proyecto no cuenta con empresas auspiciantes debido a que es un emprendimiento.

5.4 Áreas que cubre la propuesta

Parroquia Tarqui, Guayaquil, Urbanización la Romadera.

5.5 Fecha de presentación

Agosto/2019

5.6 Fecha de terminación

Septiembre/2020

5.7 Duración del proyecto

El actual proyecto se ejecutó de acuerdo al período de estudios que radica en tres semestres.

5.8 Participantes del proyecto

- Autores de la investigación
- III Urbanización la Romadera
- Habitantes de la Urbanización la Romadera
- proveedores
- Veterinarios

5.9 Objetivo general de la propuesta

Producir un estudio financiero de inversión y viabilidad para la elaboración de casas térmicas para las mascotas en un área determinada.

5.10 Objetivos específicos

- Identificar los costos de inversión en la elaboración de casas térmicas de mascotas.
- Planificar los estados financieros proyectados a cinco años que facilitan a la correcta viabilidad económica y rentabilidad de las empresas.
- Demostrar los ingresos que tendrían la empresa Superpatitas House y las proyecciones de ventas para la recuperación de la inversión.

5.11 Beneficiarios directos

Los autores del proyecto de Superpatitas House, colaboradores, proveedores, habitantes de la ciudad, según las encuestas realizadas se cubrirán 70% de la demanda insatisfechas.

5.12 Beneficiarios indirectos

En la actual investigación se comprueba que los beneficiarios indirectos son los clientes, debido que sólo seleccionaran para las mascotas.

5.13 Impacto de la propuesta

La actual propuesta crea los siguientes factores de impacto

- La implementación de un servicio de la innovación de la casa termina
- Alta demanda de usuarios que requieren la capacitación de la creación de la súper patita House en el sector de Guayaquil.
- Alta demanda de la tecnología que están interesados en la calidad de vida ofrecer tan casas térmicas personalizadas.
- Demanda de empleo para la elaboración y creación de casa térmicas.

5.14 Descripción de la propuesta

Por medio del diseño propuesto del presente proyecto, se desea cubrir la demanda insatisfecha preexistente en la ciudad de Guayaquil, identificada en el estudio de mercado realizado, al satisfacer sus necesidades de los dueños de mascotas en la Urbanización la Romareda por medio de la elaboración de casas térmicas de la microempresa “Superpatitas House”.

Dentro del sector comercial que se desea incursionar se identificó la constante innovación y creación de tendencias por el cuidado y el bienestar de los canes, el cual permite la creación de casas térmicas el mismo, que permite temporizar el ambiente necesario del can (frio o calor) debido al cambio climático de la ciudad de Guayaquil, los rayos del sol o una exposición excesiva y sin precaucione podría causar golpe de calor, o en los peores de los casos cáncer; es por esto que se ha desarrollado el estudio de prefactibilidad.

A través del análisis financiero para la creación de la microempresa “Superpatitas House” se plantea conocer todo lo relacionado al ámbito económico-contable-financiero (datos cuantitativos) que intervendrán desde los costos relacionados a la inversión, pronósticos a mediano plazo y aquellos factores que puedan o no afectar a la prefactibilidad del proyecto y así permitir cumplir con la finalidad de una análisis que es conocer la situación real para la corrección de los errores y la prevención de los riesgos latentes.

5.14.1 Ingresos

Se debe tener en consideración que la microempresa “Superpatitas House” producción de casas térmicas para mascotas, con el propósito de satisfacer la demanda se ha proyectado la capacidad comercializar de forma mensual 56 casas térmicas de tamaño: pequeñas, medias y grandes dando una venta anual de 672 productos en el mercado, dicho valor se ha calculado con el promedio mensual y anual de los productos.

Ventas anuales

Para establecer el precio promedio ponderado de venta al público en las diferentes casas térmica, se identificó los tres elementos del costo, dando como precio

promedio ponderado de venta \$105.27 obteniendo de un margen de utilidad del 25%. Se he establecido un precio promedio a partir de la proyección de ventas por tamaño de casas térmicas dividido anualmente, todo esto con la finalidad de definir el monto de ingresos y posteriormente el punto de equilibrio y análisis de sensibilidad, ya que se debe determinar un costo variable unitario (Cvu).

Ya identificado el volumen de venta y el precio promedio de los paquetes se calcula una estimación de los ingresos por ventas de \$ 6,315.99 mensual para el proyecto de la microempresa “Superpatitas House”.

Tabla 47

Ingresos por ventas anuales

Ingresos por ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas	\$ 720.00	\$ 792.00	\$ 871.00	\$ 958.00	\$ 1,054.00
Precio Unitario	\$ 105.27	\$ 115.79	\$ 127.37	\$ 140.11	\$ 154.12
Ventas Mensuales	\$ 5,894.93	\$ 7,642.35	\$ 9,247.25	\$ 11,189.17	\$ 13,538.90
Ventas Anuales	\$ 70,739.14	\$ 91,708.24	\$ 110,966.97	\$ 134,270.04	\$ 162,466.75
Unidades Mensuales	60	66	73	80	88
Unidades Diarias	3	3	4	4	4

A futuro se estima tener un crecimiento en ventas del 10%, para cubrir los nuevos gastos. La empresa estima crecer tanto en lo empresarial como en clientes, ventas y ganancias.

Los ingresos de la microempresa “Superpatitas House” se han calculado bajo la forma tradicional de precio por cantidad ($P \cdot Q$), una vez conocidos los precios de

venta por casas térmicas y la demanda esperada de los mismos, se procede a multiplicarlos.

5.14.2 Costos de materiales directos

En el presente proyecto de investigación los costos de los insumos directos se establecieron en base a una investigación de los proveedores de la materia prima representado en el inventario de bienes para el servicio, que constituyen todos los artículos necesarios tales como aislantes térmicos Wood Glue / Carpentee, resina, pallet, etc.

De igual manera se ha identificado los costos directos tamaño pequeño, mediano y grande, fluctuando su valor de acuerdo a las características del mismo. Todos los costos directos están relacionados con la actividad principal del proyecto.

Tabla 48

Costo de Operación (MPD)

COSTOS DE OPERACIÓN (MPD)						
Descripción	Cant.	P.Unitario	Total	Mensual	Anual	
Aislante Termico	26	10.00	\$ 260.00	\$ 260.00	\$ 3,120.00	
Clavos metalicos	26	1.20	\$ 31.20	\$ 31.20	\$ 374.40	
Wood						
Glue/Carpentee	26	5.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 1,560.00	
Resina	26	5.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 1,560.00	
Cable Utp	26	4.00	\$ 104.00	\$ 104.00	\$ 1,248.00	
Teja Asfalrica	26	18.50	\$ 481.00	\$ 481.00	\$ 5,772.00	
Pallet Americano	26	11.70	\$ 304.20	\$ 304.20	\$ 3,650.40	
PRODUCTO 1						
Aislante Termico	18	15.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 1,080.00	
Clavos metalicos	18	1.80	\$ 32.40	\$ 32.40	\$ 388.80	
Wood						
Glue/Carpentee	18	7.50	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 1,620.00	
Resina	18	7.50	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 1,620.00	
Cable Utp	18	6.00	\$ 108.00	\$ 108.00	\$ 1,296.00	
Teja Asfalrica	18	25.00	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 5,400.00	
Pallet Americano	18	18.00	\$ 324.00	\$ 324.00	\$ 3,888.00	
PRODUCTO 2						
Aislante Termico	12	16.00	\$ 192.00	\$ 192.00	\$ 2,304.00	
Clavos metalicos	12	1.92	\$ 23.04	\$ 23.04	\$ 276.48	
Wood						
Glue/Carpentee	12	8.00	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 1,152.00	
Resina	12	8.00	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 1,152.00	
Cable Utp	12	6.40	\$ 76.80	\$ 76.80	\$ 921.60	
Teja Asfalrica	12	29.60	\$ 355.20	\$ 355.20	\$ 4,262.40	
Pallet Americano	12	18.72	\$ 224.64	\$ 224.64	\$ 2,695.68	
PRODUCTO 3						
Total		\$ 224.84	\$ 3,958.48	\$ 3,958.48	\$ 45,341.76	

Con base al estudio realizado se fijó los costos por paquetes para el precio de venta al público en general. La elaboración de casas térmicas se realiza de acuerdo a su volumen de consumo, por esta razón se plantean tres productos diferentes basados en el estudio de mercado ofrecidos al público.

Esto nos lleva a determinar el costo total anual, que genera el proyecto en un año, lo que permite establecer los tres elementos del costo por unidad, al dividirlo para las 672 unidades al año.

Una vez conocidos los precios de ventas unitarios se proyectó las ventas totales anuales, que permitirían calcular el precio de venta promedio ponderado en \$70,739.14 y un costo de ventas de 25% referencial bajo un escenario esperado.

Costos de Venta

En la siguiente tabla se detalla los costos de venta unitario por productos:

Producto 1 – Producto 2 – Producto 3, que incurrirán en la elaboración de la casa térmica para mascotas. Se identifica la mano de obra, herramientas, materia prima, muebles e aranceles que sirve para el funcionamiento de la propuesta.

La producción de las casas térmicas para mascotas es de cinco días laborables, se estima una comercialización anual de 720 casas, Superpatitas House venderá al mes 60 casas dando un total de venta diarias tres casas térmicas.

Tabla 49

Costo de venta unitario por producto

Costos de Producción			Costos de Producción			Costos de Producción		
Producto 1			Producto 2			Producto 3		
Mano de obra Indirecta	\$	2,179.53	Mano de obra Indirecta	\$	1,928.35	Mano de obra Indirecta	\$	1,609.50
Mano de obra directa	\$	2,038.11	Mano de obra directa	\$	1,803.23	Mano de obra directa	\$	1,505.07
Materia prima	\$	17,284.80	Materia prima	\$	15,292.80	Materia prima	\$	12,764.16
Costos Indirectos	\$	471.50	Costos Indirectos	\$	417.16	Costos Indirectos	\$	348.18
Muebles y Enseres	\$	66.71	Muebles y Enseres	\$	59.02	Muebles y Enseres	\$	49.26
Herramientas	\$	3.43	Herramientas	\$	3.04	Herramientas	\$	2.53
TOTAL	\$	22,044.08	TOTAL	\$	19,503.59	TOTAL	\$	16,278.71
		70.65			90.29			113.05
POR UNIDAD			POR UNIDAD			POR UNIDAD		
Márgenes de Precio por hogar			Márgenes de Precio por hogar			Márgenes de Precio por hogar		
MPD	\$	55.40	MPD	\$	70.80	MPD	\$	88.64
MOD	\$	6.53	MOD	\$	8.35	MOD	\$	10.45
CIF	\$	4.76	CIF	\$	11.15	CIF	\$	13.95
Costo unitario	\$	66.70	Costo unitario	\$	90.29	Costo unitario	\$	113.05
Margen de ganancias		16.67	Margen de ganancias		22.57	Margen de ganancias		28.26
Precio	\$	83.37	Precio	\$	112.87	Precio	\$	141.31

5.14.3 Préstamo del proyecto (tabla de amortización)

La estructura de capital del proyecto demanda de un nivel de endeudamiento sobre la inversión total del 50% y aporte de capital de los accionistas del 50%, por lo que el préstamo necesario en la realización del proyecto se cuantifica en el estudio realizado por \$30,623.14.

Tabla 50

Tabla de Amortización anual

Resumen de la Tabla de Amortización				
Préstamo:	\$ 30,623.14			Período: 5 años
Tasa:	1.29%			
Año	Capital	Interés	Total Dividendo	Amortización del Capital
1	\$ 4,396.05	\$4,442.96	\$ 8,839.01	\$ 26,227.09
2	\$ 5,127.99	\$ 3,711.02	\$ 8,839.01	\$ 21,099.11
3	\$ 5,981.79	\$ 2,857.22	\$ 8,839.01	\$ 15,117.31
4	\$ 6,977.76	\$ 1,861.25	\$ 8,839.01	\$ 8,139.55
5	\$ 8,139.55	\$ 699.46	\$ 8,839.01	\$ 0.00

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador la tasa de interés efectiva para el financiamiento se encuentra en el 15,50%, el crédito se toma a cinco años plazo con pagos mensuales, por lo que se calculó la tasa de interés equivalente nominal con capitalizaciones mensuales del 1.29% y bajo un sistema de amortización francés.

Tabla 51

Tabla de Préstamo Bancario

Préstamo	\$ 30,623.14	Tasa 1,29%	Periodo: 60 meses	
N	Capital	Interés	Total Dividendo	Amortización del Capital
1	\$ 341.04	\$395.55	\$ 736.58	\$ 30,282.10
2	\$ 345.44	\$ 391.14	\$ 736.58	\$ 29,936.66
3	\$ 349.90	\$ 386.68	\$ 736.58	\$ 29,586.76
4	\$ 354.42	\$ 382.16	\$ 736.58	\$ 29,232.34
5	\$ 359.00	\$ 377.58	\$ 736.58	\$ 28,873.34
6	\$ 363.64	\$ 372.95	\$ 736.58	\$ 28,509.70
7	\$ 368.33	\$ 368.25	\$ 736.58	\$ 28,141.37
8	\$ 373.09	\$ 363.49	\$ 736.58	\$ 27,768.27
9	\$ 377.91	\$ 358.67	\$ 736.58	\$ 27,390.36
10	\$ 382.79	\$ 353.79	\$ 736.58	\$ 27,007.57
11	\$ 387.74	\$ 348.85	\$ 736.58	\$ 26,619.84
12	\$ 392.74	\$ 343.84	\$ 736.58	\$ 26,227.09
13	\$ 397.82	\$ 338.77	\$ 736.58	\$ 25,829.27
14	\$ 402.96	\$ 333.63	\$ 736.58	\$ 25,426.32
15	\$ 408.16	\$ 328.42	\$ 736.58	\$ 25,018.16
16	\$ 413.43	\$ 323.15	\$ 736.58	\$ 24,604.72
17	\$ 418.77	\$ 317.81	\$ 736.58	\$ 24,185.95
18	\$ 424.18	\$ 312.40	\$ 736.58	\$ 23,761.77
19	\$ 429.66	\$ 306.92	\$ 736.58	\$ 23,332.11
20	\$ 435.21	\$ 301.37	\$ 736.58	\$ 22,896.90
21	\$ 440.83	\$ 295.75	\$ 736.58	\$ 22,456.06
22	\$ 446.53	\$ 290.06	\$ 736.58	\$ 22,009.54
23	\$ 452.29	\$ 284.29	\$ 736.58	\$ 21,557.24
24	\$ 458.14	\$ 278.45	\$ 736.58	\$ 21,099.11
25	\$ 464.05	\$ 272.53	\$ 736.58	\$ 20,635.05
26	\$ 470.05	\$ 266.54	\$ 736.58	\$ 20,165.00
27	\$ 476.12	\$ 260.46	\$ 736.58	\$ 19,688.88
28	\$ 482.27	\$ 254.31	\$ 736.58	\$ 19,206.62
29	\$ 488.50	\$ 248.09	\$ 736.58	\$ 18,718.12
30	\$ 494.81	\$ 241.78	\$ 736.58	\$ 18,223.31
31	\$ 501.20	\$ 235.38	\$ 736.58	\$ 17,722.11
32	\$ 507.67	\$ 228.91	\$ 736.58	\$ 17,214.43
33	\$ 514.23	\$ 222.35	\$ 736.58	\$ 16,700.20
34	\$ 520.87	\$ 215.71	\$ 736.58	\$ 16,179.33
35	\$ 527.60	\$ 208.98	\$ 736.58	\$ 15,651.73
36	\$ 534.42	\$ 202.17	\$ 736.58	\$ 15,117.31
37	\$ 541.32	\$ 195.27	\$ 736.58	\$ 14,575.99
38	\$ 548.31	\$ 188.27	\$ 736.58	\$ 14,027.68
39	\$ 555.39	\$ 181.19	\$ 736.58	\$ 13,472.29
40	\$ 562.57	\$ 174.02	\$ 736.58	\$ 12,909.72
41	\$ 569.83	\$ 166.75	\$ 736.58	\$ 12,339.89
42	\$ 577.19	\$ 159.39	\$ 736.58	\$ 11,762.70
43	\$ 584.65	\$ 151.93	\$ 736.58	\$ 11,178.05
44	\$ 592.20	\$ 144.38	\$ 736.58	\$ 10,585.85
45	\$ 599.85	\$ 136.73	\$ 736.58	\$ 9,985.99
46	\$ 607.60	\$ 128.99	\$ 736.58	\$ 9,378.40
47	\$ 615.45	\$ 121.14	\$ 736.58	\$ 8,762.95
48	\$ 623.40	\$ 113.19	\$ 736.58	\$ 8,139.55
49	\$ 631.45	\$ 105.14	\$ 736.58	\$ 7,508.11
50	\$ 639.60	\$ 96.98	\$ 736.58	\$ 6,868.50
51	\$ 647.87	\$ 88.72	\$ 736.58	\$ 6,220.63
52	\$ 656.23	\$ 80.35	\$ 736.58	\$ 5,564.40
53	\$ 664.71	\$ 71.87	\$ 736.58	\$ 4,899.69
54	\$ 673.30	\$ 63.29	\$ 736.58	\$ 4,226.39
55	\$ 681.99	\$ 54.59	\$ 736.58	\$ 3,544.40
56	\$ 690.80	\$ 45.78	\$ 736.58	\$ 2,853.60
57	\$ 699.73	\$ 36.86	\$ 736.58	\$ 2,153.87
58	\$ 708.76	\$ 27.82	\$ 736.58	\$ 1,445.11
59	\$ 717.92	\$ 18.67	\$ 736.58	\$ 727.19
60	\$ 727.19	\$ 9.39	\$ 736.58	\$ 0.00
	\$ 30,623.14	\$ 13,571.91	\$ 44,195.05	

5.14.4 Estados Financieros

El Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados Integral, son considerados como herramientas para el estudio financiero, se visualizará toda la información, estructura y rendimiento financiero relevante para el análisis de prefactibilidad de la microempresa “Superpatitas House”, ambos estados financieros muestran el comportamiento proyectado a cinco años.

El Estado de Resultado Integral, también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias reúne la información de todos los ingresos (ventas) a lo largo de un periodo determinado, es este caso se ha elaborado de forma anual, el costo total de producción de bien y/o servicio y todos los gastos incurridos en dicho periodo.

Estado de Situación financiera proyectado

Por medio del Estado de Situación Financiera se determina la estructura de capital de la microempresa, lo cual permite representar de forma cuantitativa la actividad económica con sus respectivos movimientos de activos, pasivos y patrimonio; dando a conocer la liquidez a los accionistas y pronosticar la situación futura.

Tabla 52

Estado de Situación Financiera Proyectado

Estado de Situación Financiera Proyectado						
	Bg inicial	2020	2021	2022	2023	2024
Activos Corrientes						
Caja - Bancos	\$12,304.27	\$1,198.70	\$14,353.80	\$38,736.56	\$79,198.87	\$139,219.60
Inventarios Materia Prima y Materiales	\$-	\$4,818.87	\$4,862.23	\$4,905.99	\$4,950.15	\$4,994.70
Total Activo Corriente	\$12,304.27	\$6,017.67	\$19,216.03	\$43,642.55	\$84,49.02	\$144,214.30
Fijo						
Terreno, Construcciones y Adecuaciones	\$53,365.00	\$53,365.00		\$-	\$-	\$-
Equipos de Oficina	\$1,237.95	\$1,237.95	\$1,237.95	\$1,237.95	\$1,237.95	\$1,237.95
Muebles y Enseres	\$3,530.00	\$3,530.00	\$3,530.00	\$3,530.00	\$3,530.00	\$3,530.00
Vehículo	\$18,000.00					
Equipos de Computación	\$865.00	\$865.00	\$865.00	\$865.00	\$865.00	\$865.00
Herramientas	\$90.00	\$90.00	\$90.00	\$90.00	\$90.00	\$90.00
(-) Depreciación Acumulada	\$-	\$4,187.25	\$8,374.49	\$12,561.74	\$16,748.98	\$20,936.23
Total Activo Fijo	\$77,087.90	\$72,900.70	\$15,348.40	\$11,161.20	\$6,973.97	\$2,786.73
Diferido						
Otros Activos	\$820.00	\$820.00				
(-) Amortización Acumulada		\$820.00				
Total Activo Diferido	\$820.00	\$-				
Total Activos	\$90,212.20	\$78,918.30	\$34,564.50	\$54,803.70	\$91,122.90	\$147,001.00
Pasivo Corriente						
Cuentas por pagar proveedores		\$4,818.87	\$4,862.23	\$4,905.99	\$4,950.15	\$4,994.70
Participación Trabajadores		\$1,757.50	\$1,522.10	\$4,439.53	\$7,984.05	\$12,286.58
Impuesto a la Renta		\$2,191.02	\$1,897.55	\$5,534.62	\$9,953.44	\$15,317.27
Total Pasivo Corriente		\$870.34	\$8,281.88	\$14,880.14	\$22,887.64	\$32,598.55
Otros pasivos						
Deuda a Largo Plazo	\$30,623.10	\$26,227.00	\$21,099.10	\$15,117.30	\$8,139.55	\$0.00
Total otros Pasivos	\$30,623.10	\$26,227.00	\$21,099.10	\$15,117.31	\$8,139.55	
total pasivos	\$30,623.10	\$27,097.40	\$29,380.98	\$29,997.46	31,027.19	32,598.55
Activos Corrientes	BG Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
Patrimonio						
Capital Social	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00
Aporte socios	\$57,589.00	\$57,589.0	\$4,224.08	\$4,224.08	\$4,224.08	\$4,224.08
Reserva Legal		\$776.82	\$104.05	\$1,858.22	\$5,387.17	\$10,817.84
Utilidad Neta del Ejercicio		\$6,991.35	\$6,054.90	\$17,660.46	\$31,760.54	\$48,876.01
Utilidades Acumuladas			\$6,991.35	\$936.45	\$16,724.01	\$48,484.54
Total Patrimonio	\$59,589.00	\$51,820.90	\$5,183.58	\$24,806.31	\$60,095.80	\$114,402.48
Total Pasivo y Patrimonio	\$90,212.20	\$78,918.30	\$34,564.5	\$54,803.77	\$91,122.99	\$147,001.03

5.14.5 Flujo de Caja

El flujo de caja representa los ingresos que se obtendrían por la ventas del producto, incluye los gastos de la microempresa “Superpatitas House”, las depreciaciones de los equipos, el proyecto de investigación tendrá una inversión con un financiamiento propio, el flujo de caja refleja un margen positivo en los ingresos sobre la inversión total, esto refleja un ingreso en el primer año de \$70.823,47 y a partir del segundo año en adelante se van incrementando las ventas, es decir, una mayor rentabilidad.

Por medio del Presupuesto de Caja o Flujo de Caja se consigue pronosticar y evaluar los cambios económicos-financieros dentro de un periodo definido que eventualmente sucederán dentro de la microempresa por medio de los ingresos y egresos con el objetivo de identificar el saldo o flujo neto, es decir, la liquidez existente.

Así mismo, permite calcular los indicadores de evaluación financiera VAN y TIR con la adición de las tasas de interés; conociendo los costos de producción, permitiendo determinar el margen de contribución exigible a la productividad o punto de equilibrio.

Tabla 53
Flujo de Caja Proyectado

	Flujo de Caja					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
actividades de operación						
ingresos		\$70,739.00	\$91,708.00	\$110,966.97	\$134,270.04	\$162,466.70
(-)costos de ventas		\$57,826.00	\$58,346.00	\$58,871.94	\$59,401.79	\$59,936.40
utilidad bruta		\$12,912.00 18%	\$33,361.00 36%	\$52,095.04 47%	\$74,868.25 56%	\$102,530.30 63%
(-) gastos operacionales						
gastos administrativos		\$19,365.00	\$18,674.00	\$18,805.10	\$18,936.66	\$19,069.40
gastos de venta		\$821.00	\$828.39	\$835.84	\$843.37	\$850.96
total gastos operacionales		\$20,186.00	\$19,503.00	\$19,640.94	\$19,780.02	\$19,920.36
utilidad operacional		\$7,273.70	\$13,858,	\$32,454.10	\$55,088.23	\$82,609.99
(-)gastos financieros		\$4,442.90	\$3,711.00	\$2,857.22	\$1,861.25	\$699.46
utilidad antes de participación a trabajadores		\$11,716.00	\$10,147.00	\$29,596.88	\$53,226.98	\$81,910.53
pago participación trabajadores		\$-	\$1,757	\$1,522.10	\$4,439.53	\$7,984.05
pago impuesto a la renta e imp.		\$-	\$2,191.00	\$1,897.55	\$5,534.62	\$9,953.44
(=) utilidad de ejercicio		\$11,716.00	\$14,095.00	\$26,177.24	\$43,252.83	\$63,973.04
(+) ajustes de depreciación		\$4,187.20	\$4,187.20	\$4,187.20	\$4,187.20	\$4,187.20
(+) ajustes por amortización		\$820.00	\$-	\$-	\$-	\$-
(=) efectivo actividades de operación		\$6,709.4	\$18,283	\$30,364.48	\$47,440.08	\$68,160.28
actividades de inversión						
activos fijos	\$23,722.00					
activos intangibles	\$-					
capital de trabajo	\$12.304,20					
flujo de actividades de inversión	\$36.027,22	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
actividades de financiamiento						
préstamo bancario	\$30.623,00					
amortización de capital		\$4,396.00	\$5,127.90	\$5,981.79	\$6,977.76	\$8,139.55
flujo de actividades de financiamiento		\$4,396.00	\$5,127.90	\$5,981.79	\$6,977.76	\$8,139.55
(=) flujo neto	\$5,404.08	\$11,105.00	\$13,155.00	\$24,382.69	\$40,462.32	\$60,020.73
flujo del préstamo	\$30,623.10	\$2,266.40	\$21,994.00	\$33,221.70	\$49,301.33	\$68,859.74
flujo del proyecto	\$36,027.20	\$11,105.00	\$13,155.00	\$24,382.69	\$40,462.32	\$60,020.73
Flujo acumulado	\$36,027.20	\$47,132.00	\$33,977.00	\$9,594.93	\$30,867.38	\$90,888.11

5.14.6 Evaluación Económica

Tabla 54

Evaluación Económica

TASAS DE DESCUENTO	INDICADOR	TASA
MONTO		
	\$5,404.08	
Evaluar la inversión capital propio	CAPM Modelo de fijación de precios de activos de capital	16.19%
Evaluar capacidad de pago	\$30,623.14	Tasa de interés préstamo
		15.50%
Evaluar rentabilidad del proyecto	(+) Ajustes por Amortización CPPC Costo promedio ponderado de capital	15.60%

El modelo de fijación de precios de activos de capital, es una de las herramientas más utilizadas en el área financiera para determinar, la tasa de retorno requerida para un cierto activo.

El WACC, o denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.

5.14.7 Evaluación Financiera

La tasa interna de retorno (TIR), muestra en una evaluación financiera el nivel de retorno que el proyecto es capaz de generar y es la tasa a la que el VAN se vuelve cero, evaluación financiera consiste en comparar el nivel de retorno del proyecto contra el nivel de retorno esperado por los inversionistas tanto acreedores como accionistas, el proyecto será aceptado siempre que $TIR \geq WACC$ y será rechazado para toda $TIR \leq WACC$.

Para ello se busca la tasa que permita que los flujos de caja descontados a valor presente sean iguales a las inversiones en el mismo periodo. Una vez realizados los cálculos, bajo las premisas descritas se obtienen una tasa interna de retorno del 34%.

La evaluación económica con los datos descritos sugiere que el proyecto es viable, puesto que su VAN es de \$66,355.01 y al ser mayor o igual a cero se debe ejecutar. La tasa interna de retorno (TIR) equivale a 34%.

Tabla 55

Determinación Económica del VAN y del TIR

RENTABILIDAD DEL PROYECTO	
VAN	\$ 66,355.01
TIR	34%

5.14.8 Relacion beneficio – costo

Mediante la fórmula realizada da como resultado de la aplicación del 1,21 por cada dólar invertido el valor fue recuperado y además se obtuvo una ganancia extra de \$0.21 centavos de dólar.

Tabla 56

*Relación de beneficio - costo***Relación Costo Beneficio**

Años	Inversión	Ingresos	Egresos	Flujo Caja
0	\$36,027.22	\$ -	\$ -	\$ 36,027.22
1		\$ 70,739.14	\$ 82,455.83	\$ 11,716.69
2		\$ 91,708.24	\$ 81,560.94	\$ 10,147.30
3		\$ 110,966.97	\$ 81,370.10	\$ 29,596.88
4		\$ 134,270.04	\$ 81,043.06	\$ 53,226.98
5		\$ 162,466.75	\$ 80,556.22	\$ 81,910.53
Suma de Ingreso		\$570,151.14		
Suma de Egresos		\$406,986.14		
Costos-Inversión		\$443,013.36		
Relación Beneficio /Costo		1.286984		

5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión

Dentro del análisis financiero se debe conocer en qué tiempo o periodo N se va a recuperar el costo de la inversión, para ello se emplea una herramienta financiera conocido como Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) o PAYBACK, el cual permite calcular el plazo (tiempo) necesario para que los flujos netos obtenidos del flujo de caja recuperen los valores invertidos inicialmente.

La herramienta permite evaluar los periodos que le tomará al proyecto devolver el valor de la inversión en este caso \$40,462.32 en comparación con los flujos futuros esperados bajo el método descontado, esto es tres años, mismo que es consecuente con el nivel de retorno del mismo.

Tabla 57

Tiempo de recuperación de la inversión

Payback	
Periodo antes de ganancia	3
Valor absoluto	\$30,867.38
Flujo de caja siguiente	\$40,462.32
Periodo de payback	3.76

5.14.10 Analisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad detalla y exhibe diversos escenarios que pueden suceder durante en el proceso de desarrollo del proyecto, por lo tanto, los mencionados escenarios serán comparados con los datos obtenidos con el escenario moderado con la finalidad de proyectar si la demanda va en incremento o en declive.

La evaluación de este indicador supone que todo valor producto del cociente descrito mayor o igual a uno indica que el proyecto es rentable y por el contrario todo valor menor a uno significa que el proyecto no es rentable.

Esto nos conduce a un valor de 1.1 que indica que el proyecto es rentable y presenta elementos para una evaluación positiva en términos de rentabilidad.

Tabla 58

Análisis de Sensibilidad

	Pesimista	Esperado	Optimista
	-5%		5%
Precio	\$ 100.00	\$ 105.27	\$ 110.53
Costos variables	\$ 68.51	\$ 72.12	\$ 75,72
Costos fijos	\$ 5,606.31	\$ 5,901.38	\$ 6,196.45
VAN	\$ 52,711.61	\$ 66,335.01	\$ 88,700.06
TIR	27%	34%	47%

5.15 Importancia

El presente proyecto de investigación tiene como principal importancia los beneficios que contribuirá en lo empresarial originando fuentes de trabajo, además el rendimiento y la rentabilidad que generarán ganancias a los propietarios del negocio, proveedores y colaboradores, teniendo en cuenta como base la mejor atención al cliente ofreciendo un servicio óptimo y de calidad satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

5.16 Metas del proyecto

La meta principal del proyecto en un plazo no mayor a 10 meses es, crear y poner en marcha la microempresa “Superpatitas House” en el sector centro de la ciudad de Guayaquil.

Para fomentar el proyecto se considera las siguientes metas:

- Incremento del 25% de captación de clientes mediante el posicionamiento en el mercado en el 1er año de existencia de la microempresa “Haute Cuasina”.
- Apertura de un segundo local de la microempresa en la zona centro de la ciudad en un plazo de dos años.
- Fortalecer el marketing publicitario digital en las redes sociales, el cual permitirá un posicionamiento en el mercado, de la microempresa “Superpatitas House”.
- Expansión de la microempresa en el sector norte de la ciudad de Guayaquil en un plazo no mayor a tres años.
- Duplicar el volumen de ventas en el segundo año a partir de la diversificación de los servicios ofrecidos por la microempresa “Superpatitas House”
- Aumentar el bienestar y salud de los canes en la ciudad de Guayaquil.
- Crear conciencia para los dueños de mascotas, con la finalidad de mejorar la eficacia de vida de los canes.
- Innovar en el proceso de comercialización, de las casas térmicas de mascotas de la microempresa “Superpatitas House”.

- Conseguir un alto nivel de calidad en el servicio y la post venta de las casas térmicas, para mantener una atención al cliente óptimo con la finalidad de satisfacer a la demanda objetiva.
- Promover fuentes de trabajo, con la fabricación y comercialización de casas térmicas.

5.17 Finalidad de la propuesta

La propuesta planteada recoge los estudios de: mercado, técnico, organizacional que se sistematizan en el estudio financiero, vista desde esta arista, la finalidad de la propuesta es determinar la prefactibilidad de la creación de la microempresa “Superpatitas House” en el cantón Guayaquil en la Urbanización la Romareda. Esta prefactibilidad se establece con la determinación del TIR y VAN. No obstante, la finalidad de la propuesta es lograr que la microempresa “Superpatitas House”, sea un negocio rentable y sostenible en el tiempo.

5.18 Conclusión

El proyecto va tener una inversión total de \$36,027.22; la que será aportada por los creadores de esta idea de negocio, en este capítulo se va definiendo el costo del producto, lo que se necesite, lo que se usará para invertir y se establece un costo del producto de \$67.47, representa una utilidad del 100% a favor quedando con un precio para el mercado de \$86.05 por unidad. Se establecen los ingresos y costo del primer año y genera una rentabilidad de \$66,335.01, se realiza una proyección de 5 años, tomando en cuenta las tasas de inflación para todos los sueldos, materiales y gastos generales. Y el proyecto sigue siendo rentable al momento, se espera que cada año se vendan más de 720 casas térmicas para mascotas anuales, estos datos se obtuvieron del punto de equilibrio anual, la

utilidad del proyecto va creciendo cada año cubriendo todos los costos y gastos que se generan cada año, nuestras ganancias serán de \$26.55 por cada dólar que se invierta en el proyecto “Superpatitas House”.

Apéndices

Apéndice A Encuesta

Propietarios de la Urbanización La Romareda



INSTRUMENTO: ENCUESTA

Estimados habitantes, un afectuoso saludo de los estudiantes de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, la presente encuesta es para establecer su opinión en cuanto la elaboración de casa mascota térmicas, para determinar su rentabilidad financiera en el cantón Guayaquil, para cubrir la necesidad de los dueños de mascotas por los cambios de temperaturas que sufren los canes.

Instrucciones:

- La encuesta le tomará un aproximado de 10 a 15 minutos
- Esta encuesta anónima y personal, dirigida a los habitantes del sector Guayaquil, parroquia Tarqui.
- Lea determinadamente las preguntas.
- Escoja una sola alternativa por pregunta.

- Marque con una (x) su respuesta.
- Utilice esfero de color azul o negro si no tuviere solicitar al encuestador.
- No se permite tachones.
- Si tiene dudas, preguntar al encuestador.
- No olvidar entregar la hoja al terminar la encuesta.
- Si la hoja estuviera rota o no fuera legible solicite el cambio de la misma al encuestador.

Objetivo: Determinar la aceptación que tendría la casa térmica como un nuevo producto en la parroquia de Tarqui del cantón Guayaquil, a través del análisis de la información obtenida.

INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA: “PROYECTO PREFACTIBILIDAD EN LA ELABORACIÓN DE CASA MASCOTA TÉRMICAS, PARA DETERMINAR SU RENTABILIDAD FINANCIERA EN EL CANTÓN GUYAQUIL”

Género _____

Cuestionario:

Femenino _____

Fecha: _____

Masculino _____

1. ¿Cree necesario adquirir una casa térmica para su mascota?

Si _____ No _____ Talvez _____

2. ¿Le gustaría que existiera en el mercado la casa térmica para mascotas?

Si _____ No _____ Talvez _____

3. ¿Cuál es el monto de inversión que usted considera necesario en la creación de una empresa de casas térmicas para mascotas?

\$100 \$200 \$250

4. ¿De acuerdo a su conocimiento qué requisitos legales debe cumplir la casa térmica antes de ser comercializado?

Normas Iso 9001:2015 CÓDIGOS PENAL Y CIVIL

5. ¿Con qué frecuencia usaría la casa térmica de mascota?

NUNCA _____ RARAMENTE _____ OCASIONALMENTE _____
FRECUEMENTEMENTE _____ MUY FRECUENTE _____

6. ¿Es de importancia conocer todos los beneficios que posee la casa térmica de mascotas, para su adquisición?

Si _____ No _____ Talvez _____

7. ¿Estaría de acuerdo que salga al mercado la casa térmica para mascotas?

Si _____ No _____ Talvez _____

8. ¿Es de importancia la casa térmica de mascotas sea más económico que los existentes en el mercado?

Si_____

No_____

Talvez_____

9. ¿Es necesario para usted encontrar la casa térmica de mascotas en las tiendas y veterinarias de su mascota?

Si_____

No_____

Talvez_____

10. ¿Qué material adquiere usted para la compra de la casa térmica de mascota?

Cama

Metal

Madera

Plástico

Agradecimiento

Gracias por contestar la encuesta, su participación es importante, esta medirá su valiosa percepción acerca del nuevo producto que se ofrece y ayudará al bienestar de las mascotas y la mejora continua del producto.

Daniel Alexander Silva Ojeda

CC. 0931418685

Teresa Piedad Tomalá Tolozano

CC. 0931528004

Referencias

- Abreu, J. L. (2014). *El Método de la Investigación Research Method*. Recuperado el 15 de 02 de 2019, de El Método de la Investigación Research Method: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Altahona, T. (2009). *Contabilidad de Costos*. México: Mc Graw Hill.
- Aspinall, V., & Cappello, M. (2009). *Introduction to Veterinary Anatomy and Physiology textbook*. Edinburgh, UK.: Butterworth Heinemann Elsevier.
- Azuma, A. (27 de Mayo de 2007). Mascotas. Obtenido de <http://culturajaponesa.blogspot.com/2007/05/mascotas.html>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta edición ed.). Mc Graw Hill.
- Bastidas Martínez, L., & Rodríguez Sares, K. (2018). *Diseño e implementación de una casa domótica para perros domésticos usando tecnología Raspberry Pi y Arduino con control a través de interfaz web*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Bird, P. (2008). *Aprenda investigación de mercados en una semana*. Barcelona: Gestión 2000.
- Briggs, B. (15 de Enero de 2019). Estas casas inteligentes para perros "olfatean" a nuevos fanáticos en Estados Unidos. Obtenido de <https://news.microsoft.com/es-xl/features/estas-casas-inteligentes-para-perros-olfatean-a-nuevos-fanaticos-en-estados-unidos/>
- Cabrera Tigre, D. (2016). *Estudio de factibilidad para el incremento de la capacidad de producción de quesillo y requesón como insumos en la industria panificadora de la ciudad de Cuenca. Caso: Fábrica San José de Zhidmad*. Cuenca-Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Cervo, A., & Bervian, P. (1989). *Metodología científica*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Clutton-Brock, J. (2002). Los animales silvestres y domésticos en el pasado y el presente. En E. Corona, & J. Arroyo-Cabrales, *Relaciones hombre-fauna:*

una zona interdisciplinaria de estudio. México DF.: Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Colombia, S. d. (s.f.). *Agua*. Obtenido de <http://www.siac.gov.co/aguaques>

Conceptosignificados. (2011 - 2018). *Definición de Empresas de Servicios - Viabilidad Financiera*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/>

De la Cruz De la Cruz, K. G. (2013). *Creación de microempresa de servicios para caninos dirigidos a turistas en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena para el año 2014*. La Libertad-Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

DefiniciónABC. (2007-2019). *Definición*. Recuperado el 31 de Enero de 2019, de <https://www.definicionabc.com/economia/viabilidad.php>

Dominguez, I. (01 de Enero de 2015). *Enciclopedia financiera*. Obtenido de <https://www.encyclopediainanciera.com/diccionario/analisis-coste-beneficio.html>

Douglas, C. (23 de Febrero de 2019). Cómo prevenir los golpes de calor en los perros. *Radio Panamá*. Obtenido de <http://www.radiopanama.com.pa/noticias/espectaculos/como-prevenir-los-golpes-de-calor-en-los-perros/20190223/nota/3500821.aspx>

Economía finanzas. (16 de Mayo de 2017). Obtenido de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>

El Diario, E. (11 de Agosto de 2013). Crean casa para perros con aire acondicionado. *El Diario Ecuador*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/278542-crean-casa-para-perros-con-aire-acondicionado/>

Eumed.net. (s.f.). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>

- Extra. (20 de Enero de 2018). Perros y gatos: protégelos del calor. *Extra*. Obtenido de <https://www.extra.ec/buena-vida/perros-gatos-calor-enfermedades-mascotas-NK1972197>
- Francis, P. (1976). *Análisis de los Costo de Inversión*. Obtenido de <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/eb020914?journalCode=lr>
- García Campos, J. (15 de Enero de 2019). Qué porcentaje de hogares tienen mascotas? *LA Vanguardia*. Obtenido de <http://www.lavanguardia.com/vangdata/20150601/54431517328/porcentaje-hogares-mascotas.html>
- Gza. (s.f.). *Antecedentes del perro doméstico*. Obtenido de http://mascotas.facilísimo.com/antecedentes-del-perro-domestico_1188105.html
- Heredia Viveros, N. (2007). *Gerencia de Compras: La nueva estrategia competitiva*. Colombia: ECOE Ediciones.
- Herrera Guerra, C., & Montoya Restrepo, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 7-30.
- Instituto de estudios e investigaciones del trabajo. (2004). *Nuevas formas organizativas*.
- Jaramillo Di Lenardo, R. M. (2016). *Adopción y tenencia responsable de mascotas*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Barcelona-España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Machare Calderón, P. A. (2015). *El análisis financiero y su incidencia en la toma de decisiones en la gestión empresarial*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Mazas Gil, B. (2015). La actitud hacia el bienestar animal en el ámbito educativo. *Enseñanza de las ciencias*, 33(1), 271-272.

- Molina, A. (2018). Recuperado el 28 de Enero de 2019, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>
- Naresh, M. (1997). *Investigación de mercados: Un enfoque práctico*. México DF.: Pearson Educación.
- Navarrete Pérez, A. (2004). El período de impronta en los cánidos domésticos (Canis familiaris). Revisión bibliográfica. Valdivia-Chile: Universidad Austral de Chile.
- Orellana , A., & Orellana, M. (2019).
- Ortiz Zurita, A. J. (2018). *Casas de perros en base a paneles de hormigón celular*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Pérez, A., & Guzmán, M. (2015). Los estudios organizacionales como programa de investigación. *Cinta de moebio*(53), 104-123.
- Plaza, J. (31 de Octubre de 2014). *Prezi*. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <https://prezi.com/qcqhwokehty/viabilidad-financiera/>
- Rincón, Á. (16 de Junio de 2017). *Deccionario contable*. México: Gestipolis. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <https://www.gestipolis.com/definicion-fases-del-mapeo-alcance-procesos/>
- Roche, H. (2016). *Análisis Económico de proyectos de inversión* .
- Rodríguez Flores, L. C., & Henríquez Gago, M. (2015). *Valoración financiera del proyecto de inversión Hotel Puesta de Sol Periodo 2015-2029*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Rodriguez, O. (2012). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/cetnita/prefactibilidad-factibilidad-y-viabilidad-13941198>
- Rojas, R. A. (2007). *Sistema de Costos*. Colombia: Centro de Publicaciones Universidad Nacional de Colombia.

- Ross. (2016). *Essential of Corporate Finance*. Estados Unidos de América: McGraw- Hill 3era ed. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/351760782/Antecedentes-Historicos-de-Las-Inversiones>
- Sabino, C. (2002). *El proceso de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.
- Salazar, L. G. (15 de Noviembre de 2010). https://www.ejemplode.com/26-empleo/2931-ejemplo_de_carta_de_solicitud_de_empleo.html. Obtenido de https://www.ejemplode.com/26-empleo/2931-ejemplo_de_carta_de_solicitud_de_empleo.html: <https://www.ejemplode.com/>
- Sierra Bravo, R. (1991). *Técnicas de investigación social* (Séptima ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Sobrero, F. S. (2009). *Analisis de Viabilidad: La cenicienta en los proyectos de inversión*. Obtenido de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20D E%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
- Solano León, M. K., & Rivadeneira Idrovo, H. (2015). *Evaluación del grado de bienestar animal de los perros en las cuatro áreas de salud del cantón Cuenca, utilizando un test basado en las cinco libertades de los animales*. Cuenca-Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Solocontabilidad. (2010). *Solo contabilidad*. Obtenido de <https://www.solocontabilidad.com/costos/concepto-de-costo>
- Superintendencia de compañías, v. y. (2019).
- Tapia , M. (3 de Enero de 2017). *Eumed*. Recuperado el 27 de Enero de 2019, de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>
- Thompson, J. (17 de Abril de 2009). Obtenido de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>

Trome. (14 de Septiembre de 2016). ¡Una trome en Lima Norte! *Trome*. Obtenido de <http://archivo.trome.pe/familia/trome-lima-norte-fabricante-casitas-perros-2101736/2#foto-gal>

Turmero, P. (s.f.). *Máquinas térmicas y segunda ley de la termodinámica*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos104/maquinas-termicas-y-segunda-ley-termodinamica/maquinas-termicas-y-segunda-ley-termodinamica.shtml>

Vargas Sánchez, J. S. (2014). *Diseño e implementación de prótesis para extremidad canina*. México DF.: Universidad Nacional Autónoma de México.

Videla Díaz, M. (2014). Interacción humano-animal: ¿Por qué la gente no ama a sus mascotas? *Revista de Psicología GEPU*, 5(2), 164-179.

Apéndice B Entrevista**Médicos Veterinarios****INSTRUMENTO: ENTREVISTA****Datos Informativos****Nombre del Entrevistado:** _____ **Cargo:** _____**Nombre de la Empresa:** _____**Nombre del Entrevistador:** _____**Fecha:** _____**Lugar:** _____**Horario de inicio:** _____**Horario de Finalización:** _____

Objetivo: Conocer las diferentes propuestas y necesidades de las mascotas en los cambios climáticos de nuestro país en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil al adquirir un nuevo producto de elaboración de casa térmicas para mascotas.

1.- ¿Usted accedería adquirir una casa térmica de madera para sus mascotas por el bienestar de ellos?

2.- ¿Al Adquirir una casa térmica a comparación de una plástica, usted verificaría los precios?

3.- ¿Al momento de realizar una compra para su mascota revisa el valor o el beneficio?

4.- ¿Al momento de adquirir la casa térmica para su mascota cree que la compra fue necesaria?

5.- ¿Para usted cuales son las principales causas de golpe de calor en las mascotas?

6.- ¿Qué opinaría usted del producto de elaboración de casas térmicas para mascotas?

7.- ¿Considera usted que las mascotas deben de tener un lugar apropiado y cómodo para su descanso?

Apéndice C Examen Psicosensométrico Reclutamiento del Personal



ESCUELA DE CAPACITACION DE CONDUCTORES PROFESIONALES CONDUCE ECUADOR

RESOLUCION NO. 034-DE-DESC-ANT-2013

RUC. 0992180021001

DIRECCION: DURAN KM 5 1/2 VIA YAGUACHI

GUAYAQUIL: PADRE SOLANO 324 Y BOYACA (PISO 6).

TELEFONOS: 04 5000 175 EXT: 2730

E-MAIL: info@itb.edu.ec

GUAYAQUIL-ECUADOR



SOMOS PARTE
DEL



PACTO
NACIONAL POR LA
SEGURIDAD VIAL



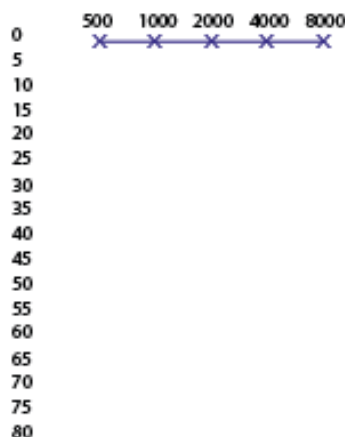
Agencia
Nacional de
Tránsito

Examen No. 7798
Nombre TOMALÁ TOLOZANO TERESA PIEDAD
Identificación 0931528004
Grupo Sanguíneo y RH O+
Utiliza Lentes NO
Mail terezatomalst@gmail.com
Direccion ABEL CASTILLO Y
4 DE NOVIEMBRE 1822
Tipo Licencia PRUEBA TRABAJO



AUDIOMETRIA

Resultados del Examen TOMALÁ TOLOZANO TERESA PIEDAD



OIDO	NIVEL	dB
DERECHO	1000	10
IZQUIERDO	1000	10
IZQUIERDO	2000	10
DERECHO	2000	10
DERECHO	4000	10
IZQUIERDO	4000	10
DERECHO	500	10
IZQUIERDO	500	10
DERECHO	8000	10
IZQUIERDO	8000	10

FECHA DE LA PRUEBA 2020-21-01 10:33:58.01

VALIDEZ DEL DOCUMENTO 30 DIAS

NUMERO DEL EXAMEN 7798

PRUEBA MOTRIZ

Atencion concentrada y resistencia a la monotonia	Reacciones Múltiples	Coordinación Visomanual	Anticipación a la velocidad
Tiempo Medio de Reaccion de Respuesta (TMRR)	Tiempo Medio de Reaccion de Respuesta (TMRR)	Tiempo total en el error (TTE)	Tiempo medio de desviacion (Vel 1)
Max 0.88 Seg.	Max 1.43 Seg.	Max 46 Seg.	Max 1.40 Seg.
0.62 Seg	1.41 Seg	1.0 Seg	0.41 Seg
Tiempo Medio de Reaccion en el Acierto (TMRA)	Tiempo Medio de Reaccion en el Acierto (TMRA)	Porcentaje de Error Sobre el Recorrido	Tiempo medio de desviacion (Vel 2)
Max 1 Seg	Max 1.33 Seg	Max 20% Seg	Max 1.01 Seg
0.73 Seg	0.72 Seg	0.0%	0.15 Seg
Numero de Errores	Numero de Errores	Numero de Errores	Reaccion al frenado
Max 5 Errores	Max 8 Errores	Max 14 Errores	Max 0.60 Seg
0 Errores	0 Errores	0 Errores	0.45 Seg

FECHA DE LA PRUEBA 2020-21-01 10:46:11.02

VALIDEZ DEL DOCUMENTO 30 DIAS

NUMERO DEL EXAMEN 7798

EXAMENOS DEL

PRUEBA	PARÁMETRO	RANGO DE APROBACION	RESULTADO		
Agudeza Visual	cercana a ambos ojos	=> 20/60	20/20		
Agudeza Visual	cercana Ojo Derecho	=> 20/70	20/20		
Agudeza Visual	cercana ojo izquierdo	=> 20/60	20/20		
Agudeza Visual	Lejana ambos ojos	=> 20/60	20/20		
Agudeza Visual	Lejana ambos Ojos Nocturno	=> 20/50	20/20		
Agudeza Visual	Lejana Ojo Derecho	=> 20/70	20/20		
Agudeza Visual	Lejana Ojo izquierdo	=> 20/60	20/20		
Campo Visual	Completamente Derecho	=> 70 grados	70 grados		
Campo Visual	Completamente Izquierda	=> 70 grados	70 grados		
Campo Visual	Palmarina Derecha	=> 70 grados	80 grados		
Campo Visual	Palmarina Izquierda	=> 70 grados	80 grados		
Discriminacion de Colores	Gimocular	=> 4 numeros	6		
Flechas Horizontal	Cercana	=> 1.5 y =< 4.5	5.0		
Flechas Horizontal	Lejana	=> 1.5 y =< 4.5	5.0		
Flechas Vertical	Cercana	=> 1.5 y =< 4.5	5.0		
Flechas Vertical	Lejana	=> 1.5 y =< 4.5	5.0		
Sensibilidad al Contraste	Gimocular	=> 58%	20%		
Visión a la Escala de Anillo	Binocular	=> 11 seg	200cm		
Visión a la Profundidad	Cercana	=> 75 seg de ano	22 seg		
Visión a la Profundidad	Lejana	=> 75 seg de ano	22 seg		
FECHA DE LA PRUEBA	2020-21-01 11:16:06/02	VALIDEZ DEL DOCUMENTO	30 DIAS	NUMERO DEL EXAMEN	7799

EXAMEN PSICOLOGICO

BLOQUE	INTENSO BLOQUE				
Difrasa, delecta, transiomas amnésicos y otros cognitivos	APROBADO				
Transiomas amnésicos y otros transiomas cognitivos	APROBADO				
Espejalmente y otros psicofis	APROBADO				
Transiomas del sentido de a síms.	APROBADO				
Transiomas disto atico.	APROBADO				
Transiomas del sueño.	APROBADO				
Control de tiempo.	APROBADO				
Transiomas de la personalidad.	APROBADO				
Transiomas por delictos de atencion y comportamiento perturbado.	APROBADO				
Transiomas relacionados por variadas.	APROBADO				
Transiomas relacionados por variadas.	APROBADO				
Test de inteligencia y de reconocimiento numérico.	APROBADO				
FECHA DE LA PRUEBA	2020-21-01 11:36:52/05	VALIDEZ DEL DOCUMENTO	30 DIAS	NUMERO DEL EXAMEN	7799

OBSERVACIONES

APROBADO

 Ministerio de Salud del Ecuador
Ministerio de Salud del Ecuador

Dr. Martin Ron Mallozo
Especialista del MSP 234

FIRMA ESPECIALISTA

FIRMA USUARIO



Apéndice D Test de Vulnerabilidad al Estrés. / Superpatitas House

L. H. Miller y A. D. Smith

Nombre _____ Sexo _____ Edad _____

Escolaridad _____ Ocupación _____ Estado Civil _____

Instrucciones: Califique cada inciso con puntuaciones entre siempre/1, casi siempre/2, frecuentemente/3, casi nunca/4, nunca/5, según la frecuencia con que Ud. realice cada una de estas afirmaciones:

____ 1. Hago por lo menos una comida caliente y balanceada al día.

____ 2. Por lo menos cuatro noches a la semana duermo de 7 a 8 horas.

____ 3. Doy y recibo afecto regularmente.

____ 4. En 50 millas a la redonda, poseo por lo menos un familiar en el que puedo confiar.

____ 5. Por lo menos dos veces a la semana hago ejercicios hasta sudar.

____ 6. Fumo menos de media cajetilla de cigarros al día.

____ 7. Tomo menos de 5 tragos (de bebida alcohólica) a la semana.

____ 8. Tengo el peso apropiado para mi estatura.

____ 9. Mis ingresos satisfacen mis gastos fundamentales.

- ___10. Mis creencias me hacen fuerte.
- ___11. Asisto regularmente a actividades sociales o del club.
- ___12. Tengo una red de amigos y conocidos.
- ___13. Tengo uno o más amigos a quienes puedo confiarles mis problemas personales.
- ___14. Tengo buena salud (es decir, mi vista, oído, dentadura, etc. está en buenas condiciones).
- ___15. Soy capaz de hablar abiertamente sobre mis sentimientos cuando me siento irritado o preocupado.
- ___16. Converso regularmente sobre problemas domésticos (es decir, sobre tareas del hogar dinero, problemas de la vida cotidiana) con las personas que conviven conmigo.
- ___17. Por lo menos una vez a la semana hago algo para divertirme.
- ___18. Soy capaz de organizar racionalmente mi tiempo.
- ___19. Tomo menos de tres tazas de café (o de té o refresco de cola) al día.
- ___20. Durante el día me dedico a mí mismo un rato de tranquilidad.
- ___ Total.

Calificación e Interpretación:**I.- Aspectos Cuantitativos:**

Para obtener la puntuación total, sume las puntuaciones de cada uno de los ítems y al resultado réstele 20. Cualquier puntuación por encima de 30 indica que el sujeto es vulnerable al estrés.

Puntuación entre 50 y 75: Seriamente vulnerable al estrés.

Puntuación por encima de 75: Extremadamente vulnerable al estrés.

II.- Aspectos Cualitativos

Exploración realizada por el psicólogo para detectar las fuentes de vulnerabilidad (estilo de vida, apoyo social, exposición de sentimientos, bienestar físico y valores y creencias).

Inventario Personal Sobre Algunas Situaciones Sociales de Rotter**(Locus de Control)****Superpatitas House**

Nombre _____ Edad _____ Sexo _____

Este es un cuestionario para determinar cómo ciertos acontecimientos en nuestra sociedad afectan a distintas personas. Cada ítem consiste de dos oraciones denominadas **a** y **b**. Escoja entre las alternativas, la que más fuertemente usted crea (en su opinión) que describa la situación expuesta. Marque la alternativa (**a** o **b**) que indique su opinión en la hoja de respuestas. Cerciorase de escoger la alternativa en que verdaderamente crea, en vez de la que piensa que deba escoger o la que quisiera que fuese verdad. El presente cuestionario es una medida de las creencias personales y por lo tanto no hay respuestas correctas o incorrectas.

Por favor conteste con cuidado, pero sin detenerse particularmente en ningún ítem. Tal vez descubra que en algunos casos usted crea en ambas alternativas o que no cree en ninguna de las dos. En esos casos escoja la alternativa que más se acerque a lo que usted cree y en lo que a usted respecta. Trate de contestar a cada ítem independientemente al hacer su selección, no se deje afectar por sus selecciones anteriores.

RECUERDE:

Escoja la alternativa que usted personalmente crea que sea la más verdadera.

- 1- a) Muchas de las desdichas (cosas malas) que le pasan a la gente se deben a la mala suerte.

- b) Las desdichas (desgracias) de la gente se deben a equivocaciones que cometen.

- 2- a) Una de las razones principales de por qué hay guerras es porque la gente no se interesa lo suficiente en política.
- b) Siempre habrá guerra, no importa cuánto trate la gente para evitarlas.
- 3- a) A la larga en este mundo la gente recibe el respeto que se merecen.
- b) Por desgracia, el valor de un individuo a menudo pasa inadvertido, a pesar del esfuerzo que haga.
- 4- a) No tiene sentido la idea de que los maestros sean injustos con los estudiantes.
- b) La mayoría de los estudiantes no se dan cuenta del grado en que la casualidad influye en sus notas (calificaciones).
- 5- a) No se puede ser un dirigente eficaz sin haber tenido las oportunidades adecuadas.
- b) Las personas capacitadas que fracasan en hacerse dirigentes no han aprovechado bien las oportunidades que han tenido.
- 6- a) No importa cuánto se esfuerce uno, uno no le va a caer bien a alguna.
- b) Las personas que no pueden hacerse simpáticas a otras, no saben llevarse bien con los demás.
- 7- a) A menudo me he encontrado que lo que va a pasar pasa.

b) A mí me ha ido mejor decidiendo el camino a seguir que confiando en el destino.

8- a) Para un estudiante bien preparado es muy raro que haya un examen injusto.

b) Muchas veces las preguntas de los exámenes tienen tan poca relación con lo estudiado en el curso que es inútil estudiar.

9- a) Para tener éxito hay que trabajar mucho, la suerte tiene poco o nada que ver.

b) El conseguir un empleo depende principalmente de estar a mano en el momento justo (tener la suerte de estar en el lugar preciso, en el momento preciso).

10- a) El ciudadano promedio puede influir en las decisiones del gobierno.

b) Unos pocos que están en el poder dirigen el mundo y no hay mucho que un infeliz ciudadano pueda hacer.

11- a) Cuando hago planes (proyecto algo), casi siempre puedo llevarlo(s) a cabo.

b) No siempre es prudente planear con mucho adelanto porque muchas cosas salen bien o mal según la suerte.

12- a) En mi caso, el conseguir lo que quiero tiene poco o nada que ver con la suerte.

b) Muchas veces podríamos tomar decisiones tirando una moneda.

13- a) El llegar a ser jefe depende a menudo de tener la suerte de estar en el lugar preciso primero.

b) El llegar a ser jefe depende de tener habilidad y destreza, la suerte tiene poco o nada que ver.

14. a) En cuanto a los asuntos mundiales, la mayoría de nosotros somos las víctimas de fuerzas que no podemos entender ni dominar.

b) Tomando parte activa en los asuntos políticos y sociales, la gente puede controlar los acontecimientos mundiales.

15.-a) La mayoría de la gente no se da cuenta del punto hasta el cual sus vidas resultan controladas por acontecimientos accidentales.

b) La suerte en realidad no existe.

16.-a) Es difícil saber si uno le cae bien a otra persona o no.

b) El número de amigos que uno tiene depende de lo simpático que uno es.

17.-a) A la larga lo malo que nos ocurre se equilibra con lo bueno.

b) La mayor parte de las desdichas son el resultado de la falta de habilidad, la ignorancia, la pereza o las tres a la vez.

18.-a) Si nos esforzamos bastante podemos eliminar la corrupción política.

b) Es muy difícil que la gente tenga el control de lo que hacen los políticos en sus cargos.

19.-a) A veces no comprendo cómo los maestros deciden las notas que dan.

b) Hay relación directa entre las notas que me dan y cuánto he estudiado.

20.-a) Muchas veces me parece que tengo poca influencia en lo que me pasa.

b) Me es imposible creer que la casualidad o la suerte tienen un papel de importancia en mi vida.

21.- a) Una persona que se sienta sola es porque no trata de hacer amigos.

b) No vale la pena esforzarse en complacer a otras personas, si uno les cae bien.

22.-a) Lo que me pasa es obra mía.

b) A veces me siento como si no tuviera suficiente control en cuanto al rumbo que está tomando mi vida.

23.- a) La mayoría de las veces no comprendo por qué los políticos se comportan como lo hacen.

b) A la larga la gente es responsable del mal gobierno tanto a nivel nacional como local.

Objetivo de investigar cómo afecta en el estilo de actuación de cada persona sus creencias.

El Locus de control se expresa de dos maneras:

1. El individuo es consciente, de su posibilidad de influir sobre sus acciones, y es el responsable de las consecuencias, buenas o malas, de lo que le acontece. En este caso el sujeto internaliza su responsabilidad.

2. La persona considera que todo lo que le sucede depende de situaciones externas a él, responsabilidad que hace recaer en otros individuos o en fuerzas sobrenaturales. Este tipo de persona externaliza su responsabilidad pensando que escapan de su control personal.

La calificación se realiza otorgando un punto por cada ítem.

- **El locus de control interno responde a los ítems:**

1b, 2a, 3a 4a,5b,6b, 7b, 8a, 9a, 10a, 11a, 12a,13b,14b,15b,16b,17b, 18a,

19b, 20b, 21a, 22a, 23b.

- **El locus de control externo responde a los ítems:**

1a, 2b, 3b, 4b, 5a, 6a, 7a, 8b, 9b, 10b, 11b, 12b, 13a, 14a, 15a, 16a, 17a, 18b,

19a, 20a, 21b, 22b, 23a.

- Los puntos obtenidos se suman de forma independiente en cada grupo (control interno y control externo)

- La interpretación de los puntajes finales se realiza siguiendo el criterio de la mayor puntuación alcanzada en uno de los dos grupos.

Inventario de Ansiedad Rasgo-Estado de Ch. Spielberger

Descripción:

El IDARE es un inventario autoevaluativo, diseñado para evaluar dos formas relativamente independientes de la ansiedad: la ansiedad como estado (condición emocional transitoria) y la ansiedad como rasgo (propensión ansiosa relativamente estable). auto aplicada. Cada una de ellas tiene 20 ítems

Es necesario que el sujeto tenga una escolaridad de 9º. grado para que pueda comprender las proposiciones cuando se aplica de manera autoadministrada.

Resumen: Estrategia de calificación IDARE

A. Estado

$$3+4+6+7+9+12+13+14+17+18= A$$

$$1+2+5+8+10+11+15+16+19+20= B$$

$$(A-B) +50=$$

___ Alto ($> = 45$)

___ Medio (30-44)

___ Bajo ($< = 30$)

A. Rasgo

$$22+23+24+25+28+29+31+32+34+35+37+38+40 = A$$

$$21+26+27+30+33+35+39 = B$$

$$(A-B) + 35 =$$

___ Alto (≥ 45)

___ Medio (30-44)

___ Bajo (≤ 30)

IDARE**INVENTARIO DE AUTOVALORACIÓN / Superpatitas House**

Nombre: _____

_____ Fecha: _____

INSTRUCCIONES: Algunas expresiones que las personas usan para describirse aparecen abajo. Lea cada frase y encierre en un círculo el número que indique ***cómo se siente ahora mismo***, o sea, en estos momentos.

No hay contestaciones buenas o malas. No emplee mucho tiempo en cada frase, pero trate de dar la respuesta que mejor describa sus sentimientos ahora.

	NO	UN POCO	BASTANTE	MUCHO
1. Me siento calmado	1	2	3	4
2. Me siento seguro	1	2	3	4
3. Estoy tenso	1	2	3	4
4. Estoy contrariado	1	2	3	4
5. Me siento a gusto	1	2	3	4
6. Me siento alterado	1	2	3	4
7. Estoy alterado por algún posible contratiempo	1	2	3	4
8. Me siento descansado	1	2	3	4

9. Me siento ansioso	1	2	3	4
10. Me siento cómodo	1	2	3	4
11. Me siento con confianza				
en mí mismo	1	2	3	4
12. Me siento nervioso	1	2	3	4
13. Estoy agitado	1	2	3	4
14. Me siento “a punto				
de explotar”	1	2	3	4
15. Me siento relajado	1	2	3	4
16. Me siento satisfecho	1	2	3	4
17. Estoy preocupado	1	2	3	4
18. Me siento muy excitado y				
Aturdido	1	2	3	4
19. Me siento alegre	1	2	3	4
20. Me siento bien	1	2	3	4

IDARE

INVENTARIO DE AUTOVALORACIÓN

INSTRUCCIONES: Algunas expresiones que las personas usan para describirse aparecen abajo. Lea cada frase y encierre en un círculo el número que indique *cómo se siente generalmente*. No hay contestaciones buenas o malas. No emplee mucho tiempo en cada frase, pero describa cómo se siente generalmente.

	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	FRECUENTE- MENTE	CASI SIEMPRE	
21. Me siento bien		1	2	3	4
22. Me canso rápidamente		1	2	3	4
23. Siento ganas de llorar		1	2	3	4
24. Quisiera ser tan feliz		1	2	3	4
25. Me pierdo cosas por no poder decidirme rápidamente		1	2	3	4
26. Me siento descansado		1	2	3	4
27. Soy un persona “tranquila serena y sosegada”		1	2	3	4
28. Siento que las dificultades se amon- tonan al punto de no poder soportarlas		1	2	3	4
29. Me preocupo demasiado por					

cosas sin importancia	1	2	3	4
30. Soy feliz	1	2	3	4
31. Me inclino a tomar las cosas muy a pecho	1	2	3	4
32. Me falta confianza en mí mismo	1	2	3	4
33. Me siento seguro	1	2	3	4
34. Trato de evitar enfrentar una crisis o dificultad	1	2	3	4
35. Me siento melancólico	1	2	3	4
36. Estoy satisfecho	1	2	3	4
37. Algunas ideas poco importantes pasan por mi mente	4	1	2	3
38. Me afectan tanto los desengaños que no me los puedo quitar de la cabeza	4	1	2	3
39. Soy una persona estable	1	2	3	4
40. Cuando pienso en los asuntos que tengo entre manos me pongo tenso y alterado	1	2	3	4

Apéndice E Ficha de ingreso de personal

	FICHA DE REGISTRO DE INGRESO DE PERSONAL	Registro	RH001
		Fecha	Enero 2020
		Página	1

FICHA PERSONAL

A) DATOS PERSONALES *

Nombre Completo:			
DNI N°	Fecha de Nacimiento:	Nacionalidad:	
Dirección:			
Distrito:	Provincia:	Teléfono Fijo:	
Celular Personal:	Celular Telrad:		
AFP / ONP	Indicar comisión por Flujo o Saldo		
Estado Civil:	Nombre completo del cónyuge:		
E-mail personal:	E-mail Telrad:		
Especifique Tallas:	Zapato	Camisa/Blusa	Pantalón

¿Tiene Hijos? SÍ NO

Nombres y Apellidos	Edad:	año(s)
Nombres y Apellidos	Edad:	año(s)
Nombres y Apellidos	Edad:	año(s)
Nombres y Apellidos	Edad:	año(s)

Contactos para comunicaciones en caso de emergencia:	TEL. FIJO:	TEL. CELULAR
Nombre:		
Nombre:		

Tiene familiar(es) dentro de TELRAD: SÍ NO

En caso su respuesta sea afirmativa detalle:		
Nombre:	CARGO:	
Nombre:	CARGO:	

B) ANTECEDENTES ACADÉMICOS Y PROFESIONALES

Título / Profesión:			
Institución:			
Cursando Carrera:	Año de Ingreso:	Nacionalidad:	
Institución:			
Indicar N° de cuenta, código interbancario, Banco:			
Indicar en que banco desea aperturar su cuenta de CTS:			

Apéndice F Contrato de trabajo indefinido

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte _____ (*Escriba los nombres completos del EMPLEADOR. Si se trata de una persona jurídica colocar el nombre de la compañía, seguida de la frase “debidamente representada por [nombre del representante legal]”*) portadora de la cédula de ciudadanía N° _____ (*Escriba la cédula de identidad del EMPLEADOR*) en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) _____ (*Escriba el nombre del TRABAJADOR*), portador de la cédula de ciudadanía N° _____ (*Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR*) en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ (*ciudad de domicilio de las partes*) y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este *CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO* con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un _____ (*ingresar cargo requerido*).

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de _____ (*Ingresar cargo del TRABAJADOR*). Revisados los antecedentes de _____ (*Escriba los nombres completos del TRABAJADOR*), éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (*detalle las horas de la jornada de trabajo*), con descanso de _____ (*detalle la hora de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo*), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA. - REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____

(colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00), mediante _____ (detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA. - PLAZO DEL CONTRATO:

El presente contrato, conforme el artículo 14 del Código de Trabajo, es de plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA. - LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____ (*Escriba la dirección de la compañía*), en la ciudad de _____ (*Ingresar la ciudad*), provincia de _____ (*Ingresar Provincia y barrio*) para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA. - OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV “*De las obligaciones del Empleador y del Trabajador*”, a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA. - LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA. - JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA. - SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de _____ (*Escriba la ciudad*), el día _____ del mes de _____ del año _____.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

Apéndice G Equipos Tecnológicos

COMPUTADOR AIO HP AMD A6 9225 2.6GHZ -4GB-1TB-21.5"-NEGRO-W10H



Descripción Ampliada:

- Procesador de séptima generación AMD A6-9225.
- Pantalla ancha de 21,5" de diagonal Full HD IPS con luz de fondo WLED
- 4 GB de memoria DDR4-2133 SDRAM (1 x 4 GB)
- Disco duro de 1 TB 7200RPM SATA
- Gráficas AMD Radeon™ R4
- Unidad óptica: Grabador de DVD
- Incluye: Teclado USB con cable, con control de volumen y mouse óptico

TELEVISOR-TV EVVO 55" LED 4K UHD SMART MAGIC CONTROL (2A)



Descripción Ampliada:

- Resolución Ultra HD 4K"
- Procesador Quad Core ARM Cortex
- Sistema Operativo: Android 7.0
- Puertos USB, HDMI, VGA
- Control Remoto con COMANDO DE VOZ

IMPRESORA EPSON PUNTO DE VENTA TERMICA TM-T88V-834**PARALELA & USB (4A)****Descripción Ampliada:**

- Modelo TM-T88V-834-
- Impresión térmica.
- Acepta rollo de papel de 80 o 58 mm • Cortador automático.
- Conexión USB y Paralela
- Garantía: 4 años.

**IMPRESORA MULTIFUNCIÓN EPSON TINTA CONTINUA L3110 33 PPM
NEGRO 15 PPM COLOR BOTELLAS T554120**



Descripción Ampliada:

Botellas de tinta que utiliza:

T544220 cyan - T544320 magenta - T544420 yellow - T544120 black.

- Velocidad de impresión: Negro 33 ppm y color 15 ppm.
- Conectividad estándar USB (incluye cable)
- Escáner de 48 bits x 1200 x 2400 dpi para ampliaciones de fotos y documentos.
- Imprime hasta 7500 páginas a color o 4500 páginas en negro.
- Dimensiones: 375 x 347 x 179 mm.

CÁMARA LOGAN TVI BALA METAL 5Mpx MANUAL VARIFOCAL

RL-TL585DS-LH3548



Descripción Ampliada:

- Cámara de vigilancia metálica.
- Resolución hasta 5 megapíxeles.
- Varifocal manual.

LICENCIA MICROSOFT OFFICE 365 BUSINESS PREMIUM ESD**SUSCRIPCIÓN 1 AÑO**

Descripción Ampliada:

KLQ-00219**LICENCIA MICROSOFT OFFICE 365 BUSINESS PREMIUM ESD
SUSCRIPCIÓN 1 AÑO****Word, Excel, PowerPoint, Outlook, Publisher, Access****OneDrive, Exchange, SharePoint, Microsoft Teams, Yammer****Soporte Microsoft 24x7****Dominio incluido 1er año con GoDaddy****5 PCs/Macs, 5 tablet PCs y 5 Smartphones para 1 persona**



Apéndice H Equipos de Oficina

SOFA TRIPLE ITALIA

Detalles del producto



Dimensiones: 203 cm ancho x 88 cm profundidad x 70 cm alto

Estilo: Moderno

Material: Madera cerezo

Tapiz: Microcuero

Acabados

Patas metálicas cromadas

Capitoneado en los asientos y espaldares

Tiempo estimado de entrega: 20 días laborables.