



UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Plan de negocio para la creación de ropa para mascotas con tela y plástico reciclado.

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

Autor:

Steeven Joel Morales Mariño

Tutor:

Ing. Karla Estefanía Morales Ramos,

Mg.

AMBATO– ECUADOR

2023

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo Steeven Joel Morales Mariño, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocio para la creación de ropa para mascotas con tela y plástico reciclado”, como requisito para optar al grado de Licenciado en administración de empresas y negocios, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 16 días del mes de febrero de 2024, firmo conforme:

Autor: Steeven Joel Morales Mariño



Firma:

Número de Cédula: 180511056-4

Dirección: Tungurahua, San pedro de Pelileo, Pelileo, El Tambo.

Correo Electrónico: smorales6178@gmail.com

Teléfono: +593 (98) 193 0505

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS”
presentado por Steeven Joel Morales Mariño, para optar por el Título de
Licenciado en Administración de Empresas,

CERTIFICO

Que el trabajo de investigación se ha revisado en todas sus partes y considero que
reúne los requisitos y méritos suficientes para someterse a la presentación pública
y evaluación por parte del Tribunal Examinador designado.

Ambato, 16 de febrero del 2024

.....
Ing. Karla Estefanía Morales Ramos, Mg

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 16 de febrero de 2024



.....
Steeven Joel Morales Mariño

1805110564

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE ROPA PARA MASCOTAS CON TELA Y PLÁSTICO RECICLADO, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas., reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del Trabajo de Titulación.

Ambato, 16 de febrero de 2024

.....

Mg. Juan Carlos Suárez Perez

LECTOR

.....

Mg. Silvia Lorena Llamuca Pérez

LECTOR

DEDICATORIA

Con profunda gratitud y amor, dedico esta tesis a mi amada esposa, Pamela Herrera, cuyo apoyo inquebrantable y aliento constante han sido mi fuente de inspiración y fortaleza a lo largo de este arduo camino académico. Agradezco también a mis queridos padres, quienes, con su sacrificio, sabiduría y amor incondicional, han sido los pilares fundamentales en mi vida. Esta investigación no solo representa mi esfuerzo, sino también el fruto de la dedicación y enseñanzas de quienes más amo. A ustedes, mi familia, les dedico este logro con profundo agradecimiento y cariño.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi esposa, Pamela Herrera, por su amor y apoyo incondicional durante la realización de esta tesis. También, agradezco a mis padres por su sacrificio y valores que han sido la base de mi educación. Este logro no solo es mío, sino de quienes me han guiado con paciencia y cariño. Agradezco a mi familia y a todos quienes contribuyeron a este proceso. Este éxito no solo marca el fin de un capítulo académico, sino también celebra el respaldo invaluable que he recibido. Gracias a todos por ser parte de este significativo logro.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE IMÁGENES	xvi
ÍNDICE DE FÓRMULAS	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN	1
1. Mercado y Comercialización	4
1.1 Objetivo del Capítulo	4
1.1.1 Objetivo General	4
1.1.2 Objetivos específicos	4
1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio	4
1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.	5
1.2.2 Tabla de características del producto o servicio	8
1.3 Mercado.....	8
1.3.1 Estudio de Segmentación	9
1.3.2 Plan de muestreo	10
1.3.3 Instrumentos para recopilar información	12

1.4	Demanda Potencial.....	23
1.5	Análisis del Macro y Microambiente.....	25
1.5.1	Análisis del microambiente	26
1.5.2	Análisis del macro ambiente.....	27
1.5.3	Proyección de la oferta.....	30
1.6	Demanda Potencial Insatisfecha	31
1.7	Diseño de marca (branding).....	31
1.7.1	Nombre de la marca	31
1.7.2	Logotipo	32
1.7.3	Eslogan.....	32
1.7.4	Percepción y posicionamiento.....	32
1.7.5	Diferenciación	33
1.7.6	Concepto	33
1.7.7	Material POP	33
1.7.8	Videos	34
1.7.9	Post.....	34
1.8	Estrategias de marketing	34
1.9	Plan de comunicación	38
1.10	Canales de Distribución	40
1.11	Seguimiento de Clientes.....	40
1.12	Plan de acción comercial y Métricas de marketing.....	41
2	Operaciones.....	43
2.1	Objetivo del Capítulo	43
2.2	Descripción del proceso	43
2.2.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	43
2.2.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.	47
2.2.3	Tecnología para aplicar	54

2.2.4	Factores que afectan a las operaciones.....	55
2.3	Capacidad de Producción.....	57
2.3.1	Capacidad de Producción Futura.	57
2.4	Definición de Recursos Necesarios para la Producción.....	57
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.57	
2.5	Calidad	58
2.5.1	Método de Control de Calidad.	58
2.6	Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio.....	60
2.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	60
3	Organización y Gestión.....	62
3.1	Objetivo del capítulo	62
3.2	Análisis Estratégico y Definición de Objetivos	62
3.2.1	Visión de la Empresa	62
3.2.2	Misión de la Empresa.....	63
3.2.3	Objetivos y estrategias	63
3.3	Organización Funcional de la Empresa.....	65
3.3.1	Organización Interna.....	65
3.3.2	Descripción de puestos.....	65
3.4	Control de Gestión	71
3.4.1	Indicadores de gestión.....	71
4	Jurídico Legal.....	73
4.1	Objetivos del capítulo	73
4.2	Determinación de la forma jurídica.....	73

4.3	Registros de marcas.....	73
4.4	Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	75
5	Evaluación Financiera.....	78
5.1	Objetivos del capítulo	78
5.2	Plan de inversiones.....	78
5.3	Cálculo de Costos y Gastos.....	79
5.3.1	Mano de Obra.....	79
5.3.2	Depreciación	81
5.3.3	Proyección de la depreciación.....	81
5.3.4	Detalle de Costos.....	82
5.3.5	Proyección de Costos	83
5.3.6	Detalle de Gastos.....	85
5.3.7	Proyección Gastos	87
5.4	Plan de Financiamiento	89
5.5	Cálculo de Ingresos	89
5.5.1	Proyección de Ingresos	90
5.6	Punto de equilibrio	90
5.7	Estado de Resultados Proyectado.....	92
5.8	Flujo de Caja	93
5.9	Evaluación financiera.....	94
5.9.1	Indicadores	94
	REFERENCIAS.....	97
	Anexos	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del producto	8
Tabla 2 Categorización de sujetos.....	9
Tabla 3 Dimensión conductual la mascota (consumidor).....	9
Tabla 4 Dimensión geográfica dueño de la mascota.....	9
Tabla 5 Dimensión demográfica dueño de la mascota.....	10
Tabla 6 Resultados de la encuesta piloto	11
Tabla 7 Valor sigma	12
Tabla 8 Cuadro comparativo de materias primas en el mercado	14
Tabla 9 Cuadro de competitividad de precios.....	15
Tabla 10 Resultados de la encuesta piloto	16
Tabla 11 Ficha de observación de campo	19
Tabla 12 Resultados de la ficha de experimentación 1	20
Tabla 13 Resultados de la ficha de experimentación 2	22
Tabla 14 Mínimos cuadrados	24
Tabla 15 Cálculo de la demanda en personas	25
Tabla 16 Matriz EFE.....	29
Tabla 17 Oferta de productos	30
Tabla 18 Demanda potencial insatisfecha (DPI).....	31
Tabla 19 Demanda potencial insatisfecha expresada en dólares.....	31
Tabla 20 Estrategias de marketing	35
Tabla 21 Plan de medios	38
Tabla 22 Seguimiento de Clientes.....	40
Tabla 23 Plan de acción comercial.....	41
Tabla 24 Simbología del flujograma.....	44
Tabla 25 Descripción de las instalaciones en metros cuadrados.....	47
Tabla 26 Descripción de equipos	49
Tabla 27 Descripción de equipos	50
Tabla 28 Descripción de equipos	51
Tabla 29 Descripción de equipos	52

Tabla 30	Descripción de equipos	53
Tabla 31	Cálculo de horas - hombre	54
Tabla 32	Manufactura	56
Tabla 33	Ritmo de producción	56
Tabla 34	Proyección personal operativo anual	56
Tabla 35	Proyección de producción futura	57
Tabla 36	Grado de sustitución.....	58
Tabla 37	Hoja de verificación	58
Tabla 38	Control de calidad	59
Tabla 39	Objetivos estratégicos	64
Tabla 40	Descripción del Puesto Gerente	65
Tabla 41	Descripción del puesto de trabajo del jefe del departamento de producción.....	66
Tabla 42	Descripción del puesto de trabajo del jefe del departamento de marketing y ventas.....	67
Tabla 43	Descripción del puesto de trabajo del jefe del departamento de contabilidad y talento humano	67
Tabla 44	Descripción del puesto de trabajo del cortador	68
Tabla 45	Descripción del puesto de trabajo del confeccionista	68
Tabla 46	Descripción del puesto de vendedor	69
Tabla 47	Descripción del puesto de marketero	69
Tabla 48	Descripción del puesto de contador	70
Tabla 49	Descripción del puesto de gestor de talento humano	70
Tabla 50	Indicadores de gestión.....	71
Tabla 51	Licencias Organismos Gubernamentales	75
Tabla 52	Licencias Organismos Locales.....	76
Tabla 53	Plan de inversiones.....	78
Tabla 54	Costo de la Mano de obra.....	79
Tabla 55	Sueldos del personal administrativo.....	80
Tabla 56	Sueldos del personal de ventas.....	80
Tabla 57	Cálculo de la depreciación de la propiedad planta y equipo	81
Tabla 58	Amortización de los bienes no depreciables	81

Tabla 59 Proyección de la depreciación.....	82
Tabla 60 Proyección de la amortización	82
Tabla 61 Detalle de Costos - Producción	82
Tabla 62 Promedio de la tasa de inflación.	83
Tabla 63 Proyección de costos	84
Tabla 64 Detalle de gastos administrativos.....	85
Tabla 65 Detalle de gastos de venta	86
Tabla 66 Detalle de gastos financieros.....	86
Tabla 67 Proyección de gastos administrativos	87
Tabla 68 Proyección de gastos de ventas	88
Tabla 69 Proyección de gastos financieros	88
Tabla 70 Plan de financiamiento	89
Tabla 71 Determinación del precio de venta.....	89
Tabla 72 Cálculo de ingresos	89
Tabla 73 Proyección de ingresos.....	90
Tabla 74 Estado de resultados	92
Tabla 75 Flujo del efectivo.....	93
Tabla 76 Cálculo de la TMAR	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Resultados de la encuesta piloto.....	16
Gráfico 2 Tendencia	25
Gráfico 3 Canales de distribución	40
Gráfico 4 Muestra de Zoho CRM.....	41
Gráfico 5 Mapa de procesos	45
Gráfico 6 Flujograma	46
Gráfico 7 Instalaciones del negocio	48
Gráfico 8 Grafico de Pareto.....	60

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1 Logotipo.....	32
Figura 2 Ubicación geográfica de las instalaciones	47
Figura 3 Punto de equilibrio.....	92

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Fórmula 1 Determinación del valor sigma.....	24
Fórmula 2 Cálculo del universo	24
Fórmula 3 Cálculo del tiempo normal	56
Fórmula 4 Punto de equilibrio en unidades físicas	91
Fórmula 5 Punto de equilibrio en unidades monetarias	91
Fórmula 6 Punto de equilibrio en valores relativos	92
Fórmula 7 Fórmula del VAN	95

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y EMPRESAS
TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE ROPA PARA
MASCOTAS CON TELA Y PLÁSTICO RECICLADO

AUTOR: Steeven Joel Morales Mariño

TUTORA: Ing. Karla Estefanía Morales Ramos, Mg

RESUMEN EJECUTIVO

En el marco de este trabajo de titulación, se abordó el desafío de reducir la huella ecológica en la industria de la moda destinada a animales de compañía. El objetivo principal fue desarrollar un plan de negocio integral para la creación de prendas para mascotas utilizando materiales reciclados, específicamente tela y plástico reciclado. La metodología empleada se basó en un enfoque experimental, respaldado por un estudio de segmentación que proporcionó datos precisos sobre los sujetos involucrados. Para definir la muestra, se aplicó la fórmula para poblaciones no finitas, considerando un segmento de 39274 dueños de mascotas y utilizando un muestreo no probabilístico, lo que resultó en una muestra de 6.147 mascotas. Los resultados de la encuesta revelaron que los dueños de mascotas están dispuestos a adquirir entre una y tres prendas al mes, proporcionando información crucial para determinar la demanda total de unidades. Las conclusiones obtenidas subrayan la creciente conciencia de los dueños de mascotas acerca de la importancia de adquirir prendas con materiales reciclados, destacando así su disposición a contribuir al cuidado del medio ambiente. Este estudio no solo identifica una oportunidad de mercado sostenible, sino que también resalta la necesidad de adoptar prácticas más ecoamigables en la industria de la moda para mascotas, promoviendo la responsabilidad ambiental y la satisfacción de las demandas del consumidor consciente.

DESCRIPTORES: conciencia ambiental, industria de mascotas, materiales reciclados, moda sostenible.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

Faculty of Administration and Business

Business Administration

AUTHOR: MORALES MARIÑO STEEVEN JOEL

TUTOR: MG. MORALES RAMOS KARLA ESTEFANIA

ABSTRACT

BUSINESS PLAN FOR TAILORING PET CLOTHING USING RECYCLED FABRIC AND PLASTIC

In the context of this graduation work, the challenge of reducing the ecological footprint in the pet fashion industry was addressed. The main objective was to develop a comprehensive business plan for tailoring pet garments using recycled materials, specifically recycled fabric and plastic. The methodology employed was based on an experimental approach, supported by a segmentation study that provided accurate data about the involved subjects. To define the sample, the formula for non-finite populations was applied, considering a segment of 39,274 pet owners and utilizing non-probabilistic sampling, resulting in a sample of 6,147 pets. Survey results revealed that pet owners are willing to acquire between one and three garments per month, providing crucial information to determine the total demand for units. The conclusions emphasize the growing awareness among pet owners regarding the importance of purchasing garments made from recycled materials, highlighting their willingness to contribute to environmental conservation. This study not only identifies a sustainable market opportunity but also underscores the need to adopt more eco-friendly practices in the pet fashion industry, promoting environmental responsibility and meeting the demands of conscious consumers.

KEYWORDS: Environmental awareness, Pet industry, Recycled materials,



INTRODUCCIÓN

La conciencia ambiental está creciendo en la industria de la moda, sin embargo, muchas empresas en este sector carecen de conocimientos sobre técnicas rentables, efectivas y responsables. Por esta razón, la exploración de alternativas sostenibles en la fabricación de prendas de vestir es esencial en la actualidad (CEPAL, 2021).

En este escenario, surge la propuesta de elaborar un plan de negocios innovador y factible centrado en la fabricación de prendas para mascotas mediante el aprovechamiento de recursos favorables. El propósito de este plan de negocio es abordar un problema de creciente importancia: la necesidad de disminuir la huella ecológica en la industria de la moda para animales de compañía o domésticos.

En esta perspectiva, la tendencia de la moda para mascotas ha experimentado un auge en los últimos años, ya que un número cada vez mayor de personas considera a sus animales de compañía como parte integral de la familia y busca proporcionarles productos de calidad y con estilo. No obstante, el aumento en la demanda ha conllevado a un incremento en la fabricación de prendas para mascotas, generando crecientes preocupaciones ambientales debido a la cantidad de residuos textiles y plásticos resultantes del proceso productivo (Coll & De la Rosa, 2019).

Por lo tanto, el principal desafío que confronta la industria de la moda para mascotas es la escasez de alternativas sostenibles. La mayoría de las prendas que se encuentran en el mercado están confeccionadas con materiales convencionales, generando un impacto negativo en la disminución de los recursos naturales y aumentando la contaminación ambiental. Asimismo, la indumentaria destinada a animales de compañía conlleva con frecuencia a ser productos de uso único, exacerbando aún más la problemática del manejo de residuos.

Así, el tema propuesto para este proyecto, que consiste en la confección de prendas para mascotas utilizando tela y plástico reciclado, se ocupa directamente de esta problemática. La relevancia de este asunto reside en su capacidad para transformar la industria de la moda para animales de compañía al presentar una opción sostenible y respetuosa con el medio ambiente (Orozco, 2021).

Adicionalmente, llevar a cabo este proyecto ayudará a concientizar acerca de la relevancia de la sostenibilidad en este segmento de mercado, fomentando prácticas más responsables.

De manera similar, el plan empresarial sugerido se distingue por su innovación en diversas facetas. En principio, se focaliza en un segmento específico de la industria de la moda que, a pesar de su expansión, cuenta con opciones sostenibles limitadas. La iniciativa de emplear tela y plástico reciclado en la confección de ropa para animales de compañía es pionera y constituye una contribución destacada en el ámbito de la sostenibilidad.

En segundo lugar, la factibilidad de ejecutar este plan de negocios depende de la evolución en la conciencia ambiental tanto de los consumidores como de las empresas. La sociedad contemporánea muestra una creciente inquietud por las cuestiones medioambientales y busca adquirir productos y servicios que reflejen estos valores. La incorporación de prácticas comerciales sostenibles no solo es ética, sino también estratégica, ya que puede ser clave para atraer a un mercado más consciente y comprometido (Cajigas et al., 2019).

Asimismo, los avances tecnológicos y los métodos de reciclaje facilitan la obtención de materiales reciclados de manera más asequible y rentable que nunca. Este abaratamiento de los costos de producción incrementa la competitividad de los productos sostenibles en el mercado y contribuye al logro de los objetivos del proyecto (Gere & Czigany, 2020).

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Elaborar una estrategia empresarial completa destinada a la confección de prendas para animales de compañía utilizando materiales reciclados, tales como tela y plástico reciclado.

Objetivos Específicos

Con el fin de lograr el objetivo general, se han delineado metas específicas para cada capítulo del plan de negocio:

1. Identificar y analizar el mercado objetivo para desarrollar estrategias de marketing eficaces, promover la moda sostenible para mascotas y establecer alianzas estratégicas con tiendas y distribuidores relevantes en la industria.
2. Diseñar procesos de producción eficientes que hagan uso de materiales reciclados y reduzcan al mínimo los residuos mediante la optimización de los recursos, asegurando así la calidad de los productos y la sostenibilidad.
3. Implementar un sistema integral de gestión empresarial que cubra la planificación, organización y control de las operaciones.
4. Describir las regulaciones y requisitos legales asociados con la producción y venta de productos para mascotas.
5. Determinar la inversión y financiamiento necesarios para iniciar el proyecto, así como posicionar los beneficios proyectados al final de los 5 años.

CAPÍTULO I

1. Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

1.1.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad comercial para la elaboración y comercialización de ropa para mascotas con tela y plástico reciclado, en la zona urbana.

1.1.2 Objetivos específicos

1. Identificar las opciones de materia prima biodegradable existentes para seleccionar la tela adecuada en la confección de prendas destinadas a mascotas.
2. Conocer los gustos y preferencias de los dueños de las mascotas para la creación de prendas de vestir caninas

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

Según McCarthy y Perrault (1997), un producto se define como un artículo ofrecido con el propósito de satisfacer una necesidad. En otras palabras, un producto es algo que se comercializa para atender requerimientos, ya sea de forma tangible, como un objeto, o de manera intangible, como un servicio. Su finalidad es resolver problemas o satisfacer demandas, abarcando desde necesidades fundamentales como alimentación y vestimenta hasta deseos emocionales o sociales como entretenimiento y seguridad.

Mencionan Brañez y Uribe (2018), la producción textil es la segunda más dañina para el entorno a nivel mundial, justo después de la industria petrolera. Esto se debe al gran impacto que tiene en la calidad del agua, principalmente por el uso excesivo en el lavado y teñido de los tejidos, además de la generación de desechos. Por eso, existe una búsqueda activa para disminuir el desperdicio de restos de tela. Es en este contexto surge el plan de negocios PawCycle, que se enfoca en fabricar prendas para mascotas utilizando emanantes textiles. Este proyecto tiene como objetivo

principal reducir la contaminación ambiental y aprovechar al máximo cada rollo de tela disponible. Además, se enfoca en el uso de productos biodegradables como materia prima base para la elaboración de prendas amigables, sostenibles, innovadoras y de alta calidad.

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

Es importante señalar que al referirse a corte y confección, generalmente se hace referencia a la confección de prendas de vestir personalizadas. Esto difiere del proceso en la industria textil que produce en masa las piezas. En este último caso, las prendas se fabrican en diversas tallas, y el público tiene la opción de seleccionar entre estas opciones predefinidas (Arias, 2022).

En esta perspectiva, dentro de los polímeros, el tereftalato de polietileno (PET), junto con diversas formas de polietileno, polipropileno y poliestireno, contribuyen al problema de gestión de residuos, ya que constituyen el porcentaje más significativo de estos. El PET es un poliéster termo plástico sintético fabricado mediante la policondensación de dimetil tereftalato (DMT) con etilenglicol (EG) y/o ácido tereftálico (TPA) con etilenglicol (Shojaei et al., 2020).

Este material se emplea en diversas aplicaciones gracias a sus notables propiedades, que abarcan características como resistencia a la temperatura, propiedades mecánicas y químicas, así como estabilidad y duración. Se utiliza en la fabricación de fibras, láminas y películas, envases para alimentos y bebidas, dispositivos electrónicos, piezas automotrices, artículos para el hogar, productos de iluminación, herramientas eléctricas, artículos deportivos, aplicaciones fotográficas, láminas de rayos X, textiles, aplicaciones médicas, construcción, entre otros usos (Shojaei et al., 2020).

Es relevante señalar que el actual impulso de la Economía Circular ha motivado la formulación de nuevas políticas gubernamentales y estrategias empresariales. Este fenómeno ha generado la formulación de diversos indicadores destinados a evaluar la "circularidad" de empresas o productos particulares. Los principios que respaldan estos indicadores se basan en dos supuestos fundamentales. En primer

lugar, se parte de la premisa de que cerrar los ciclos materiales a nivel de producto resulta en mejoras en la eficiencia material para la economía en su totalidad. En segundo lugar, se presupone que maximizar la circularidad material contribuye a atenuar los impactos ambientales (Lonca et al., 2020).

En otra vertiente, según Gere y Czigany (2020), en mayo de 2019, el Consejo de la Unión Europea propuso nuevas regulaciones a nivel de la UE referentes a 10 productos plásticos desechables que con mayor frecuencia contaminan los mares y playas europeas. Según la Directiva, los Estados miembros deben prohibir, a más tardar dos años después de su implementación, productos como bastoncillos de algodón, cubiertos, platos, pajitas, agitadores y palitos para globos de plástico; todos los artículos elaborados con oxoplástico; y vasos, recipientes para alimentos y bebidas fabricados en poliestireno expandido.

De esta manera, la elaboración de prendas para mascotas utilizando materiales reciclables se ajusta de manera óptima a la tendencia en aumento hacia una Economía Circular (EC). La EC tiene como objetivo minimizar la extracción de recursos naturales al mismo tiempo que fomenta la reciclabilidad y reutilización de materiales ya existentes (Lonca et al., 2020). Dentro de este escenario, la incorporación de materiales reciclados, como el tereftalato de polietileno reciclado (rPET), en la producción de indumentaria para animales de compañía refleja un compromiso con la sostenibilidad y la disminución de desechos. Empresas que adoptan esta iniciativa participan en el cierre del ciclo material y evitan la extracción de nuevos recursos, alineándose con los principios de una Economía Circular.

En contraste, la información disponible sobre el reciclaje textil en América Latina es limitada. No se encuentran investigaciones que exploren las potencialidades de esta industria, y, además de algunos programas aislados, no se observa un interés significativo por parte de organismos estatales en desarrollar iniciativas para este tipo específico de reciclaje (Urruty, 2008).

El estudio de Majumdar et al. (2020), se centró en un análisis detallado de las propiedades de las fibras y tejidos de poliéster reciclado a través de métodos

mecánicos. Los resultados indicaron que, en términos de propiedades, las fibras de poliéster vírgenes y las recicladas presentan diferencias funcionales. No obstante, la inclusión de fibras recicladas en la producción de prendas de vestir posee el potencial de atenuar los impactos ambientales negativos asociados a la industria textil, especialmente en términos de gestión de residuos y uso de recursos. De esta manera, el reciclaje de botellas de PET se erige como una alternativa eficaz y sostenible para avanzar hacia una economía circular en el ámbito textil, con beneficios tanto ambientales como sociales.

Aunado a lo anterior, Zhang et al. (2020), señalan que las botellas de PET recicladas se utilizan principalmente (alrededor del 71 % en 2014) como materiales de fibra reciclada en todo el mundo. China procesa el 53 % de las botellas de PET recolectadas globalmente, y aproximadamente el 30 % de la producción total de fibra de poliéster en el país se origina a partir del reciclaje de botellas de PET.

Sin embargo, Amaya y Lamilla (2018), proponen la implementación de una planta de transformación de plástico recuperado residual es tereftalato de baja densidad (PET), Polietileno de Baja Densidad (PBD), Polietileno de Alta densidad (PAD). Las botellas de plástico posibilitan la creación de prendas ecológicas, así como otros materiales como tela desechada, vidrio, cartón, entre otros. En este contexto, para llevar a cabo la investigación actual, es imperativo comprender el comportamiento de los propietarios de mascotas en relación con su disposición a adquirir ropa para sus animales de compañía. Asimismo, es crucial entender su actitud hacia las prendas confeccionadas a partir de materiales reciclados.

De esta manera, es posible distinguir tres factores clave: la postura hacia la indumentaria ecológica, las normas subjetivas y el control percibido del comportamiento. La actitud juega un papel fundamental, ya que las percepciones sobre la calidad, el precio y el diseño afectan la disposición de los consumidores para adquirir prendas ecológicas. Asimismo, las normas subjetivas también tienen un impacto, ya que la presión social y las opiniones de los demás pueden incentivar a las personas a tomar decisiones de compra sostenibles. Por último, el control

percibido del comportamiento se refiere a la confianza de los consumidores en su capacidad para realizar compras de moda ecológica (Hatef & Shukhaila, 2019).

Por esta razón, el manejo apropiado de la indumentaria, incluyendo prácticas como la reutilización y el reciclaje, se convierte en un aspecto crucial. Los consumidores que participan en prácticas de disposición de ropa sostenible para sí mismo y para sus mascotas tienden a tener una actitud más positiva hacia la moda ecológica y una mayor intención de compra (Hatef & Shukhaila, 2019).

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Tabla 1

Características del producto

Características	Beneficios
Durabilidad	Ahorro
Ecológico	Ahorro de recursos
Elaborado con material reciclado	Reducir la contaminación y aprovechar la mayor parte del material ecológico
Imagen confiable	Mayor confianza con el producto
Apto para todo tipo de mascotas	El producto se encuentra disponible para todas las razas y tamaños de mascotas
No produce alergias	Protege a las mascotas

Nota. Elaboración propia

El producto tiene características que los hacen únicos, dando diferentes beneficios que al consumidor los hacen confiables, porque los clientes buscan dos de tres de estos beneficios para confiar en el producto.

1.3 Mercado

Según Pujol (1999), el mercado es, todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo. El dueño de la mascota es el que decide comprar el producto y el veterinario es una de las opciones que más influye al adquirirlo.

Tabla 2*Categorización de sujetos*

		Producto	Plaza	Precio	Promoción
¿Quién compra?	Dueño de la mascota		x		
¿Quién usa?	Mascota	x			
¿Quién decide?	Dueño de la mascota			x	x
Quien influye	Dueño de la mascota				x

Nota. Elaboración propia

1.3.1 Estudio de Segmentación

El segmento de mercado del plan de negocio está enfocado en Tungurahua, específicamente en la ciudad de Ambato, en su zona urbana. Esto implica que el negocio se dirigirá principalmente a los dueños de mascotas y veterinarios en esta región. A continuación, se desarrolla el estudio de segmentación conductual, geográfica y demográfica.

1.3.1.1 Segmentación conductual

Tabla 3*Dimensión conductual la mascota (consumidor)*

Tipo de necesidad	Seguridad
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Nota. Elaboración propia

1.3.1.2 Segmentación geográfica

Tabla 4*Dimensión geográfica dueño de la mascota*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE	2010	TCP	TCPA	2023
Pais	Ecuador	14306876	1,70%	22,10%	17468695,6
Provincia	Tungurahua	504583	1,50%	19,50%	602977
Tamaño De La Ciudad	Ambato	329856	1,39%	18,07%	389461

Zona	Urbana	165185	0,95%	12,35%	185585
------	--------	--------	-------	--------	--------

Nota. Los datos al año 2010 fueron obtenidos a partir del INEC (2010)

1.3.1.3 Segmentación demográfica

Tabla 5

Dimensión demográfica dueño de la mascota

VARIABLE	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE	No. De habitantes 2010	TCP	TCPA	No. De habitantes 2023
Edad	15-79	119203	1,47%	19,11%	119431
Sexo	Hombres	56637	1,47%	19,11%	56745
Sexo	Mujeres	62566	1,47%	19,11%	62686
Situación socioeconómica	Tasa de empleo adecuado	39217,79	1,47%	19,11%	39293

Nota. Modificado a partir de REDATAM (2023)

1.3.2 Plan de muestreo

El estudio de segmentación arrojó datos precisos de los sujetos, por eso, para definir la muestra se aplica la fórmula para poblaciones no finitas, ya que el segmento de los dueños de mascotas corresponde a 39274 personas y se aplicará un muestreo no probabilístico.

Fórmula 1

Fórmula obtención Valor Sigma

$$\partial = \frac{\text{Valor maximo} + \text{Valor minimo}}{2}$$

Donde:

∂ = Valor sigma

Valor máximo / Valor mínimo= Datos de la encuesta piloto

Por tanto, el resultado al reemplazar los datos se obtiene de la siguiente manera:

Tabla 6

Resultados de la encuesta piloto

	Número de prendas	Frecuencia	Porcentaje
Valor Máximo	1	21	70,0%
	2	7	23,3%
Valor Mínimo	3	2	6,7%
	Total	30	100,0%

Nota. Elaboración propia.

Fórmula 2

Fórmula obtención Valor Sigma

$$\partial = \frac{1 + 3}{2}$$

$$\partial = \frac{4}{2}$$

$$\partial = 2$$

Fórmula obtención de la muestra con Valor Sigma

$$N = \frac{Z_2 * \sigma^2}{e_2}$$

Donde:

N = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95% = 1,96

σ = Sigma (número de veces que un producto es consumido en un periodo de tiempo determinado)

he = Error de la muestra (5%)

Por tanto, el resultado al reemplazar los datos se obtiene de la siguiente manera:

$$N = \frac{2^2 * 1,96^2}{0,05^2}$$

$$N = \frac{15,37}{25}$$

$$N = 6.147$$

Se determinó que la muestra corresponde a 6.147 mascotas. A continuación, se detalla de la siguiente manera.

Tabla 7

Valor sigma

Muestra	Tiempo	Sigma
6147	Mensual	2,00
384	Semanal	0,50
8	Diario	0,07

Nota. Elaboración propia.

Por otra parte, el segmento de dueños de mascotas fue de 39292 personas, para estudiar a este grupo fue necesario aplicar criterios de inclusión de modo que se seleccionaran los más adecuados para la investigación de mercado.

Criterios de inclusión:

1. Personas que muestren disponibilidad para facilitar información
2. Que al momento de realizar la investigación se encuentren en la ciudad
3. Que ejerzan su profesión en una veterinaria
4. Que dentro de los productos que comercialicen esté incluido la ropa y accesorios para mascotas.

1.3.3 Instrumentos para recopilar información

A continuación de muestra la información que se requiere levantar para cumplir con los objetivos planteados:

¿Qué necesito saber para identificar las opciones de materia prima biodegradable existentes para seleccionar la tela adecuada en la confección de prendas destinadas a mascotas?

Objetivo Específico: Identificar las opciones de materia prima biodegradable existentes para seleccionar la tela adecuada en la confección de prendas destinadas a mascotas

Tabla 6

Cuadro de Necesidades Objetivo específico 1

Tipo de necesidad	Tipo de información	Fuente	Instrumento	Herramienta de información
Tipos de tela biodegradable existentes en el mercado	Secundaria	Internet	Banco de datos de otras organizaciones	Revisión documental.
Competitividad de los precios de adquisición	Secundaria	Internet	Base de datos de otras organizaciones	Revisión documental.
Reacción del uso de telas inadecuadas en animales	Primaria	Veterinario	Investigación cualitativa	Entrevista semiestructurada
Efectividad de la materia prima	Primaria	Proveedores	Experimentación	Ficha de experimentación
Efectos secundarios de la materia prima inadecuada	Primaria	Proveedores	Experimentación	Ficha de experimentación

Nota. Elaboración propia

¿Qué necesito saber para conocer los gustos y preferencias de los dueños de las mascotas para la creación de prendas de vestir caninas?

Objetivo específico: Conocer los gustos y preferencias de los dueños de las mascotas para la creación de prendas de vestir caninas

Tabla 7

Cuadro de Necesidades objetivo específico 2

Tipo de necesidad	Tipo de información	Fuente	Instrumento	Herramienta de información
Raza de la mascota	Primaria	Dueño de la mascota	Cuestionario	Encuesta
Tamaño de la mascota	Primaria	Dueño de la mascota	Cuestionario	Encuesta
Edad de la mascota	Primaria	Dueño de la mascota	Cuestionario	Encuesta
Restricciones de materia prima sobre razas y edades de las mascotas	Primaria	Veterinario	Cuestionario	Entrevista
Beneficios del uso de prendas	Primaria	Veterinario	Cuestionario	Entrevista

Tipo de necesidad	Tipo de información	Fuente	Instrumento	Herramienta de información
Percepción de los beneficios del uso de prendas	Primaria	Dueño de mascota	Cuestionario	Encuesta








Nota. Elaboración propia

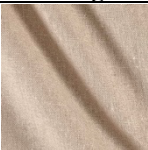

1.3.3.1 Información Secundaria

Por medio de la fuente Telas del Pozo Hogar (2018), menciona que en el mercado existen tres tipos de fibras textiles mismas que se encuentran orientadas a diferentes para cumplir sus funciones dependiendo al área al que estas vayan a ser aplicadas, entre las principales tenemos naturales, sintéticas y artificiales.

Tabla 8

Cuadro comparativo de materias primas en el mercado

Textil	Imagen	Origen	Beneficios	Fabricantes
Lana		Natural	Buena capacidad de teñido, elasticidad, propiedades térmicas	Patagonia, The North Face, Icebreaker
Seda		Natural	Suavidad, brillo, termorregulación	Hermès, Gucci, Mulberry
Algodón		Natural Vegetal	Suavidad, transpirabilidad, fácil de cuidar	H&M, Levi's, Zara
Lino		Natural Vegetal	Frescura, resistencia, absorción de humedad	LinenMe, Coyuchi, Garnet Hill
Esparto		Natural Vegetal	Resistencia, sostenibilidad	Artesanos locales, Esparto Mundo, Ecoalf
Polipiel		Sintético	Resistencia, fácil mantenimiento	Kvadrat, Ultrafabrics, Enduratex
Tela Foscurit		Sintético	Durabilidad, facilidad de cuidado	Fabricantes especializados en textiles técnicos

Textil	Imagen	Origen	Beneficios	Fabricantes
Rayón		Artificial	Versatilidad, suavidad, similar a seda	Lenzing, Aditya Birla Group, Sateri
Acetato		Artificial	Brillo, aspecto similar a la seda	Formosa Chemicals & Fibre Corporation, Celanese

Nota: Elaboración propia

La competitividad de precios es común observar en el mercado, porque diferentes productores ofrecen al mercado textiles con diferentes características y precios ofrecidos a sus clientes, como apreciaremos en el siguiente cuadro.

Tabla 9

Cuadro de competitividad de precios

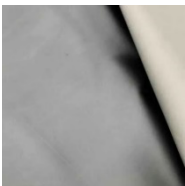



Imagen	Nombre / metraje	Precio	Fabricante
	Foscurot plata/beige claro (50 mts)	250,00 \$ incl. IVA	Telas del Pozo Hogar
	Forro de seda Azul Celeste	5.00 \$ incl. IVA/ metro por rollo	Telas del Pozo Hogar
	Tela cambrela 75g precio	0,75 \$ incl. IVA	Konam S.A
	Nylon Reciclado 45 metros 8 colores	317.81 incl. IVA / 45 metros	Global Recycled StandarD

Imagen	Nombre / metraje	Precio	Fabricante
--------	------------------	--------	------------

Nota: Elaboración propia

1.3.3.2 Diseño y recolección de información.

1.3.3.3 Información primaria

La información primaria se obtendrá a partir de la aplicación de una entrevista a los veterinarios y una encuesta a los dueños de las mascotas (ver anexos 1 y 2).

1.3.3.3.1 Encuesta

Tabla 10

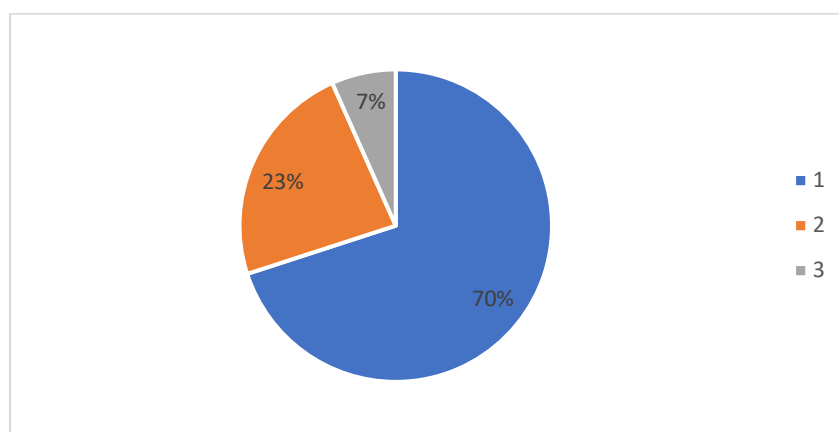
Resultados de la encuesta piloto

Número de prendas	Frecuencia	Porcentaje
1	21	70,0%
2	7	23,3%
3	2	6,7%
Total	30	100,0%

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 1


Resultados de la encuesta piloto



Nota. Elaboración propia.

Los resultados de la encuesta permitieron conocer que los dueños de las mascotas están dispuestos a adquirir máximo 3 prendas al mes y mínimo una. Esta información facilita la determinación de la demanda total de unidades.

1.3.3.2 Entrevista semi estructurada


		ENTREVISTA SEMI- ESTRUCTURADA		Cod: Sem-001	
Nombre del investigador: Steeven Joel Morales Mariño			Fecha: 05 dic 2023		
Nombre del entrevistado:					
Ocupación: Veterinario			Ciudad: Ambato		
Edad:			Nivel de escolaridad: Superior		
Propósito de la investigación: <i>Evaluar el impacto de las telas inadecuadas en la salud dermatológica de los animales domésticos y la eficacia de medidas preventivas, a través de la recopilación de experiencias y perspectivas de veterinarios especializados.</i>					
N°	Preguntas				Tiempo (minutos)
1	¿Cuáles son los tipos más comunes de reacciones cutáneas o problemas de salud de animales por el contacto con telas inadecuadas?				
2	¿Qué signos clínicos hay más frecuentes en animales que han tenido contacto con telas inapropiadas?				
3	¿Qué factores específicos de las telas inadecuadas pueden causar problemas en la piel o salud de los animales?				
4	¿Existen diferencias en la reacción a telas inadecuadas entre distintas especies de animales?				
5	¿Qué medidas preventivas recomiendan para evitar que los animales estén en contacto con telas que puedan causarles daño?				
6	¿Cuál es su enfoque terapéutico principal cuando se enfrentan a casos de reacciones o problemas de salud derivados del contacto con telas inapropiadas?				

7	¿Han notado un aumento en la incidencia de problemas relacionados con telas inadecuadas en animales en los últimos años? ¿A qué lo atribuyen?	
8	¿Qué consejos darían a los propietarios de mascotas para evitar este tipo de situaciones?	
9	¿Existen telas o materiales específicos que consideren más seguros o menos propensos a causar reacciones en los animales?	
10	¿Cómo pueden los profesionales de la moda y diseño colaborar con la comunidad veterinaria para prevenir problemas de salud en animales debido a telas inadecuadas?	
TIEMPO TOTAL		

1.3.3.3 Ficha de observación

Tabla 11

Ficha de observación de campo

			FICHA OBSERVACIÓN DE CAMPO						Lugar: Área:					
									Cod: F. Ob-001					
Fecha:			Investigador: Steeven Joel Morales Mariño						Instrumento: Investigación cualitativa					
Observar el comportamiento de la mascota ante el uso de las prendas con materiales reciclados														
Instrucción: Marque con una "X" el comportamiento de las mascotas en el lapso de 1 hora usando las prendas														
N° de mascotas	Sexo (M – F)	Tipo de tela	Estrés		Incomodidad		Desesperación		Felicidad		Comezón		Reacción Dermatológica	
			Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Total, Género			Observaciones:											
Total, Machos														
Total, Hembras														

Nota. Elaboración propia

1.3.3.3.4 Ficha experimental

Tabla 12

Resultados de la ficha de experimentación 1

FICHA DE EXPERIMENTACIÓN EVALUACIÓN DE PRENDAS CON MATERIAL RECICLADO EN MASCOTAS	
Objetivo de la Experimentación: Evaluar la calidad de las prendas elaboradas con material reciclado y sus efectos en las mascotas.	
Información del Experimento:	
Diseño Experimental:	
Tipo de Experimento: Experimental.	
Diseño Experimental: Se utilizará un diseño experimental entre grupos para comparar la calidad y los efectos de las prendas elaboradas con material reciclado en comparación con prendas tradicionales.	
Grupos de Experimentación:	
Grupo A: Prendas elaboradas con material reciclado.	
Grupo B: Prendas tradicionales no recicladas.	
Parámetros a Evaluar:	
Calidad de las Prendas:	
a. Durabilidad	
- 1: Muy baja durabilidad.	
- 2: Baja durabilidad.	X
- 3: Durabilidad moderada.	
- 4: Buena durabilidad.	
- 5: Muy buena durabilidad.	
b. Resistencia al Desgaste	
- 1: Muy baja resistencia al desgaste.	
- 2: Baja resistencia al desgaste.	
- 3: Resistencia al desgaste moderada.	X
- 4: Buena resistencia al desgaste.	
- 5: Muy buena resistencia al desgaste.	
c. Apariencia	
- 1: Muy pobre apariencia.	

- 2: Pobre apariencia.	
- 3: Apariencia aceptable.	X
- 4: Buena apariencia.	
- 5: Muy buena apariencia.	
Efectos en las Mascotas:	
a. Comportamiento de las Mascotas	
- 1: Comportamiento negativo.	
- 2: Comportamiento algo negativo.	
- 3: Sin cambios significativos en el comportamiento.	X
- 4: Comportamiento algo positivo.	
- 5: Comportamiento positivo.	
b. Bienestar de las Mascotas	
- 1: Bienestar de las mascotas afectado negativamente.	
- 2: Bienestar ligeramente afectado negativamente.	X
- 3: Bienestar sin cambios significativos.	
- 4: Bienestar ligeramente mejorado.	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 13

Resultados de la ficha de experimentación 2

FICHA DE EXPERIMENTACIÓN EVALUACIÓN DE PRENDAS CON MATERIAL RECICLADO EN MASCOTAS	
Objetivo de la Experimentación: Evaluar la calidad de las prendas elaboradas con material reciclado y sus efectos en las mascotas.	
Información del Experimento:	
Diseño Experimental:	
Tipo de Experimento: Experimental.	
Diseño Experimental: Se utilizará un diseño experimental entre grupos para comparar la calidad y los efectos de las prendas elaboradas con material reciclado en comparación con prendas tradicionales.	
Grupos de Experimentación:	
Grupo A: Prendas elaboradas con material reciclado.	
Grupo B: Prendas tradicionales no recicladas.	
Parámetros a Evaluar:	
Calidad de las Prendas:	
a. Durabilidad	
- 1: Muy baja durabilidad.	
- 2: Baja durabilidad.	
- 3: Durabilidad moderada.	
- 4: Buena durabilidad.	
- 5: Muy buena durabilidad.	X
b. Resistencia al Desgaste	
- 1: Muy baja resistencia al desgaste.	
- 2: Baja resistencia al desgaste.	
- 3: Resistencia al desgaste moderada.	
- 4: Buena resistencia al desgaste.	X
- 5: Muy buena resistencia al desgaste.	
c. Apariencia	
- 1: Muy pobre apariencia.	
- 2: Pobre apariencia.	
- 3: Apariencia aceptable.	

- 4: Buena apariencia.	
- 5: Muy buena apariencia.	X
Efectos en las Mascotas:	
a. Comportamiento de las Mascotas	
- 1: Comportamiento negativo.	
- 2: Comportamiento algo negativo.	
- 3: Sin cambios significativos en el comportamiento.	
- 4: Comportamiento algo positivo.	X
- 5: Comportamiento positivo.	
b. Bienestar de las Mascotas	
- 1: Bienestar de las mascotas afectado negativamente.	
- 2: Bienestar ligeramente afectado negativamente.	
- 3: Bienestar sin cambios significativos.	
- 4: Bienestar ligeramente mejorado.	
- 5: Bienestar de las mascotas mejorado.	X

Nota. Elaboración propia.

Tabulación, análisis e interpretación de instrumentos

De acuerdo con el instrumento se realizó el análisis.

1.4 Demanda Potencial

Para calcular la demanda se aplicó el método de promedio simple porque el negocio no tiene un antecedente de ventas, por lo que no se pueden obtener datos históricos. Para calcular la demanda se realizó una encuesta piloto a 3 personas a quienes se les preguntó: ¿Cuántas prendas para mascotas elaboradas a base de material reciclado compra o está dispuesto a comprar al mes? Los resultados demostraron que los dueños de mascotas están dispuestos a adquirir máximo 3 prendas y mínimo una prenda.

Fórmula 1

Determinación del valor sigma

$$\partial = \frac{\text{Valor máximo} - \text{Valor mínimo}}{2}$$

Tabla 14

Mínimos cuadrados

	Número de prendas	Frecuencia	Porcentaje
Valor Máximo	1	21	70,0%
	2	7	23,3%
Valor Mínimo	3	2	6,7%
	Total	30	100,0%

Nota. Elaboración propia.

$$\partial = \frac{1 + 3}{2}$$

$$\partial = \frac{4}{2}$$

$$\partial = 2$$

Fórmula 2

Cálculo del universo

$$N = \frac{Z_2 * \sigma^2}{e_2}$$

$$N = \frac{2^2 * 1,96^2}{0,05^2}$$

$$N = \frac{15,37}{25}$$

$$N = 6.147$$

A partir del valor sigma calculado, se procede con la determinación de la demanda en personas para eso se considera la tasa de crecimiento poblacional hasta

el año 2023 se calcula la demanda basándose en los años previos. Para estimar la demanda del año 2024, se realiza un promedio de los períodos precedentes.

Tabla 15

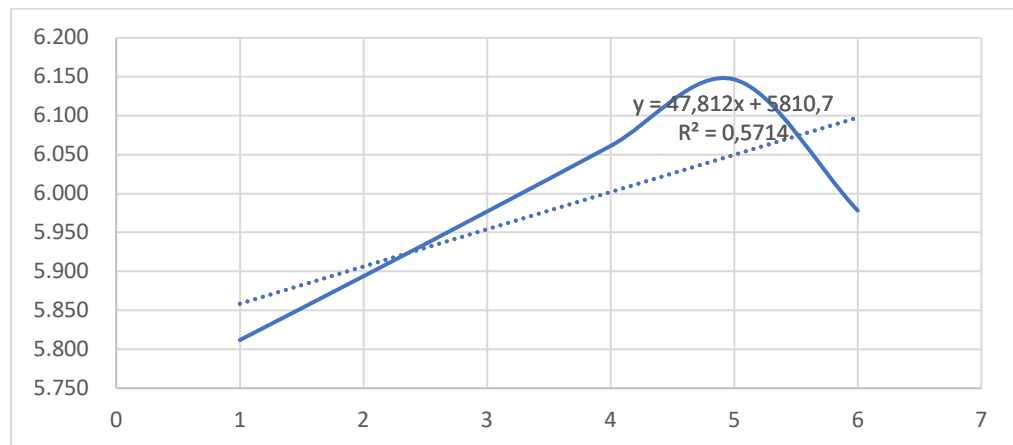
Cálculo de la demanda en personas

Demanda en Personas			
Año	Demanda	TCP	Decrecimiento
2019	5.812		
2020	5.894	1,39%	82
2021	5.977	1,39%	83
2022	6.061	1,39%	84
2023	6.147	1,39%	85
2024	5.978		

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 2

Tendencia



Nota. Elaboración propia.

Tabla 14

Demanda potencial

Año	Demanda Personas	θ	Demanda productos anual
2024	5.978	2	11.956 unidades

Nota. Elaboración propia.

1.5 Análisis del Macro y Microambiente

Constituye una parte clave de la planificación estratégica en una organización. Se enfoca en entender tanto los factores más cercanos y específicos (microambiente) como los factores más amplios y globales (macroambiente) que pueden influir en la empresa o el negocio.

1.5.1 Análisis del microambiente

Este análisis se concentra en los factores cercanos y específicos que afectan a la empresa, como competidores, proveedores, clientes y otras partes interesadas directamente relacionadas con la organización.

1.5.1.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Esta herramienta es un marco conceptual propuesto por Michael Porter que evalúa la competencia en una industria. Estas fuerzas incluyen el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores existentes.

Tabla 16

Análisis de las 5 fuerzas de Porter

1	Tamaño del mercado	1	Barreras de entrada para nuevos competidores	0	Lealtad del cliente a marcas o productos sustitutos	0	Número de proveedores clave	0	Número de compradores clave	0
2	Diversidad de productos en el mercado	0	Economías de escala de los competidores	0	Costos de cambio para los clientes	1	Diferenciación de insumos	0	Información sobre el cliente	1
3	Costos de cambio para los clientes	1	Acceso a canales de distribución	1			Dependencia de proveedores	0		
4	Capacidad de producción de la empresa	1								
5	Diferenciación de productos	1								
P		0,8	0,3		0,5		0		0,5	

Nota. Elaboración propia.

1.5.1.2 Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos)

La Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos) es una herramienta de análisis que se utiliza para evaluar la fortaleza interna de una organización en relación con su competencia. Se basa en la calificación de factores internos clave, como recursos, capacidades y ventajas competitivas.

Tabla 17

Matriz EFI

	Factor Clave de Éxito	Peso	Calificación	Valor Ponderado
Fortalezas				
F1	Capacidad de producción de la empresa	0,2	3	0,6
F2	Capacidad de producción de la empresa	0,1	4	0,4
F3	Acceso a canales de distribución	0,15	3	0,45
F4	Diferenciación de productos	0,2	4	0,8
			Subtotal	2,25
Debilidades				
D1	Diversidad de productos en el mercado	0,15	2	0,3
D2	Barreras de entrada para nuevos competidores	0,05	1	0,05
D3	Lealtad del cliente a marcas o productos sustitutos	0,1	2	0,2
D4	Número de proveedores clave	0,05	1	0,05
			Subtotal	0,6
		1	Total	2,85

Nota. Elaboración propia.

1.5.2 Análisis del macro ambiente

Se enfoca en factores más amplios y globales que pueden impactar a la organización, pero que están fuera de su control directo. Esto incluye factores económicos, políticos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

1.5.2.1 Análisis PESTEL

La herramienta posee un enfoque que considera seis categorías de factores en el macroambiente: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales. Ayuda a las organizaciones a comprender cómo estas fuerzas externas pueden afectar su operación y estrategia.

El impacto se califica de la siguiente manera:

1. "Alto = 3 puntos
2. Medio = 2 puntos
3. Bajo = 1"

La duración del evento se califica con los siguientes parámetros:

1. "> 6 meses = 3 puntos
2. < 6 meses = 2 puntos
3. < 1 mes = 1 punto"

Tabla 18

Análisis PESTEL

Criterio	SIM	Factores	Impacto	Duración	Total	Oportunidad	Amenaza
Políticos	P1	Regulaciones ambientales	3	3	9		X
	P2	Políticas comerciales	2	2	4	X	
	P3	Normativas sobre reciclaje	3	3	9	X	
	P4	Impuestos y aranceles	2	2	4		X
	P5	Normativas de protección animal	3	2	6	X	
Económicos	E1	Tendencias económicas	2	3	6		X
	E2	Inflación y tasas de interés	2	2	4		X
	E3	Cambios en el poder adquisitivo	2	3	6		X
	E4	Costo de materias primas	3	3	9	X	
	E5	Ciclos económicos	2	2	4		X
Sociales	S1	Tendencias de moda para mascotas	3	3	9	X	
	S2	Conciencia ambiental del consumidor	3	2	6	X	
	S3	Aumento de la población de mascotas	2	3	6	X	
	S4	Cambios en los estilos de vida	2	2	4		X
	S5	Expectativas de productos sostenibles	3	3	9	X	
Tecnológicos	T1	Avances en reciclaje de plástico	3	3	9	X	
	T2	E-commerce y marketing digital	2	2	4	X	
	T3	Automatización de la producción	2	2	4		X

Criterio	SIM	Factores	Impacto	Duración	Total	Oportunidad	Amenaza
Ambientales	T4	Innovación en textiles sostenibles	3	3	9	X	
	T1	Tecnologías de diseño y personalización	2	2	4	X	
	A1	Cambio climático y eventos extremos	3	3	9	X	
	A2	Sostenibilidad de materiales	3	3	9	X	
	A3	Escasez de recursos naturales	3	2	6	X	
	A4	Normativas de gestión de residuos	3	2	6	X	
	A5	Conciencia ambiental de la sociedad	2	2	4	X	
	L1	Normativas de etiquetado ecológico	3	3	9	X	
	L2	Legislación laboral	2	2	4		X
	L3	Patentes y derechos de propiedad	2	2	4		X
Legales	L4	Normativas de seguridad del producto	3	3	9	X	
	L5	Protección de datos de clientes	2	2	4		X

Nota. Elaboración propia.

1.5.2.2 Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos)

La Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos) es una herramienta que se utiliza para evaluar cómo una organización está respondiendo a factores externos clave en su entorno. Se basa en la calificación de factores externos que pueden afectar la empresa y su capacidad para aprovechar oportunidades o superar amenazas.

Tabla 16

Matriz EFE

	Factor Clave de Éxito	Peso	Calificación	Valor Ponderado
	Oportunidades			
O1	Costo de materias primas	0,15	4	0,6
O2	Tendencias de moda para mascotas	0,12	4	0,48
O3	Conciencia ambiental del consumidor	0,21	3	0,63
O4	Aumento de la población de mascotas	0,08	4	0,32
			Subtotal	2,03

Amenazas				
A1	Tendencias económicas	0,15	2	0,3
A2	Inflación y tasas de interés	0,08	2	0,16
A3	Cambios en el poder adquisitivo	0,12	2	0,24
A4	Legislación laboral	0,09	1	0,09
		1	Subtotal	0,79
			Total	2,82

Nota. Elaboración propia.

1.5.2.3 Matriz MPC

N o.	Factores críticos de éxito	Peso	PawCycle		KiruPets		City Pet	
			Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
1	Precios accesibles	0,20	4	0,8	4	0,8	4	0,8
2	Responsabilidad social	0,15	5	0,75	2	0,3	2	0,3
3	Calidad de los materiales	0,30	5	1,5	4	1,2	3	0,9
4	Ubicación y medios de distribución	0,15	4	0,6	3	0,45	4	0,6
5	Experiencia y posicionamiento en el mercado	0,20	1	0,2	5	1	5	1
	Total	1,00		3,85		3,75		3,6

Nota. La calificación de las empresas fue calificada considerando los siguientes parámetros os: 1: Nada Importante, 2: POCO Importante, 3: Mas o menos importante, 4: Importante, 5: Muy Importantes.

1.5.3. Proyección de la oferta

El análisis de la oferta se realizó a través de un estudio de la competencia para determinar las empresas y negocios que comercializan productos similares, a partir de ellos se determinó el número de unidades que ofertan y el precio de cada uno de los productos.

Tabla 17

Oferta de productos

Canales De Distribución	Mundo Mágico de La Mascota	TOTO Ropa para mascotas	City Pet: Tienda de productos para mascotas	Mascota Ecuador	Woof! Pet Fashion	Oferta Anual de Unidades
Stock	1000	500	200	600	300	2600
Período de aprovisionamiento	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	

Precio de Venta	\$12,00	\$15,00	\$8,00	\$5,00	\$ 22,00	\$12,40
Unidades	800	250	80	100	60	1290
						Oferta total en unidades
						3890
						Oferta total en dólares
						\$ 48.236,00

Nota. El precio de venta constituye el valor promedio al cual los negocios comercializan las prendas.

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial se determina a partir de la disparidad entre la oferta y la demanda que ha sido calculada. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 18

Demanda potencial insatisfecha (DPI)

DPI=Dp-Op Unidades

Año	Demanda	Oferta	DPI /año
2024	11.946	3.890	8.056

Nota. Elaboración propia.

Tabla 19

Demanda potencial insatisfecha expresada en dólares

DPI=D-O dólares

Año	Demanda	Oferta	DPI /año
2024	148.130,40	48.236	99.894,40

Nota. Elaboración propia.

1.7 Diseño de marca (branding)

Basándose en los análisis efectuados, describa las oportunidades comerciales y desarrolle la construcción de la identidad del producto, incluyendo al menos los siguientes aspectos:

1.7.1 Nombre de la marca

La marca se denomina: PawCycle, esta fusiona dos elementos clave: "paw" (pata en inglés) y "cycle" (ciclo en inglés). La elección de este nombre tiene una intención específica:

1. Paw (Pata): Representa directamente a las mascotas, ya que las patas son una característica distintiva de los animales domésticos, como perros y gatos.
2. Cycle (Ciclo): Este término se asocia con la idea de sostenibilidad y reciclaje. Refleja la filosofía de cerrar el ciclo de vida de los materiales al utilizar telas y plásticos reciclados en la fabricación de productos para mascotas.

La combinación de "Paw" y "Cycle" sugiere un enfoque completo que abarca tanto la esencia de los animales de compañía como el compromiso con prácticas ecológicas.

Además, este nombre busca transmitir la idea de un ciclo sostenible que cuida tanto de las mascotas como del medio ambiente, mientras proporciona moda consciente para el mundo de las mascotas modernas.

1.7.2 Logotipo

Figura 1

Logotipo



Nota. Elaboración propia

1.7.3 Eslogan

“Moda Sostenible, Elegancia Duradera.”

Este eslogan destaca la durabilidad de los productos, la elegancia en el diseño y el compromiso con la sostenibilidad, todo encapsulado en un nombre distintivo y memorable.

1.7.4 Percepción y posicionamiento

La marca se percibe como una opción consciente y sostenible para los amantes de las mascotas. Se destaca por su compromiso con la moda ética y el uso de materiales reciclados de alta calidad.

Por otra parte, se busca posicionar a la marca como líder en moda sostenible para mascotas. Nos diferenciamos al ofrecer productos de alta calidad que combinan estilo y responsabilidad ambiental, lo que proporciona a los dueños de mascotas una opción que refleja sus valores.

1.7.5 Diferenciación

La marca se diferencia de otras en varios aspectos tales como:

Sostenibilidad

1. Utilización exclusiva de tela y plástico reciclado.
2. Proceso de fabricación ecológico y transparente.
3. Diseño Innovador:
4. Estilo de vanguardia que refleja las últimas tendencias en moda humana.
5. Adaptación de diseños humanos a escala de mascotas para una apariencia coordinada.

Compromiso Social

1. Colaboraciones con refugios y organizaciones de rescate animal para apoyar causas benéficas.
2. Programas de reciclaje y concientización sobre la moda sostenible para mascotas.

1.7.6 Concepto

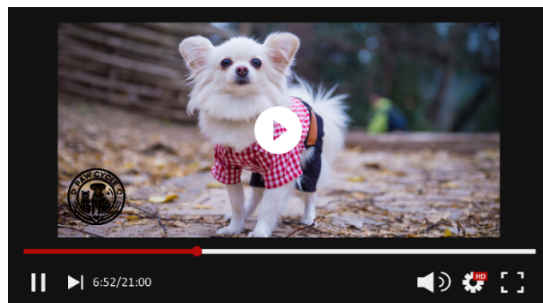
La marca se denomina: PawCycle la cual encarna la fusión perfecta entre el amor por las mascotas y la responsabilidad ambiental. Inspirada en la idea de que las mascotas merecen lo mejor. PawCycle ofrece moda sostenible con un toque de elegancia contemporánea. Cada prenda es una declaración de estilo consciente, fabricada con materiales reciclados de alta calidad. PawCycle no es solo una marca de ropa para mascotas; es un compromiso con un estilo de vida ético y a la moda que refleja tu amor por los animales y el planeta.

1.7.7 Material POP





1.7.8 Videos



1.7.9 Post



1.8 Estrategias de marketing

A continuación, se elabora una tabla de estrategias:

Tabla 20

Estrategias de marketing

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	TÁCTICAS	RECURSOS	INDICADORES	M. VERIFICACIÓN	COSTO	RESPONSABLE	CRONOGRAMA														
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Estrategia de Posicionamiento	Establecer PawCycle como líder en moda sostenible para mascotas	- Desarrollar mensajes claros sobre sostenibilidad y estilo	Equipo de marketing, creativos, copys	$\frac{\text{leads captados}}{\text{leads planificado en redes sociales}}$	Calificación de la encuesta	\$80	Equipo de Marketing															
Cuota de mercado	Incrementar la participación en el mercado de nuestro producto en un 12% en los próximos 12 meses.	-Desarrollar colaboración con influencers de plataformas de TikTok y YouTube	Equipo de marketing y ventas	$(TCI) \text{Tasa Conversion Influencer} = \frac{\text{ventas generadas por el influencer}}{\text{total de audiencia del influencer}}$	Mascotas paseando por las calles junto a sus dueños, mostrando el uso del producto.	\$120	Equipo de marketing															
Estrategia de Diferenciación	Diferenciar e mediante diseño innovador y compromiso social	- Colaborar con refugios para colecciones exclusivas	Colaboraciones, recursos de diseño	$TRIPLEL = \frac{\text{numero unidades vendidas P.E.L}}{\text{Inventario inicial P.E.L} + \text{inventario final P.E.L}} \times 100$	Monto de ventas	\$100	Equipo de Diseño															
Marketing de Guerrilla	Generar interés mediante acciones sorprendent	- Organizar eventos de moda para mascotas en lugares públicos	Eventos, personal para coordinación	$(ipms) \text{Indice de participacion por moneda social} = \frac{\text{numero de acciones basada en moneda social}}{\text{total de participantes}} \times 100$	Número de eventos	\$50	Equipo de Eventos															

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	TÁCTICAS	RECURSOS	INDICADORES	M. VERIFICACIÓN	COSTO	RESPONSABLE	CRONOGRAMA														
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Estrategias de Canales de Distribución	Ampliar opciones para llegar a más clientes	- Explorar opciones de distribución en grandes cadenas y comercio electrónico	Acuerdos con minoristas, logística de envío	(IPC) Índice de penetración de canal= $\frac{\text{ventas en un canal específico}}{\text{totales de ventas de todos los canales}} \times 100$	Número de acuerdos	\$50	Equipo de Ventas															
Estrategias de Precio	Posicionarse como asequible pero premium en el mercado	- Ofrecer paquetes de productos atractivos a precios competitivos	Estrategias de fijación de precios	(ICM) Índice de cobertura de mercado= $\frac{\text{nuevos clientes por colaboraciones}}{\text{total clientes de tiendas por colaboraciones}} \times 100$	Verificación de estrategias aplicadas	\$50	Equipo de Ventas															

Nota. Elaboración propia

1.9 Plan de comunicación

Tabla 21

Plan de medios

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto tiempo	Responsable	Indicador
Aumentar Conciencia de la Marca	Implementar Marketing de Influencers para generar buz y credibilidad	Colaborar con influencers y creadores de contenido para promociones exclusivas	Redes Sociales, Blogs de Mascotas	Medio/Alto	Equipo de Marketing	Número de menciones y seguidores generados
Fomentar la Participación del Usuario	Lanzar campañas de "Mascota del Mes" en redes sociales	Animar a los clientes a compartir fotos de sus mascotas con productos PawCycle	Instagram, Facebook	Bajo/Medio	Equipo de Marketing	Número de participaciones y menciones en la campaña
Generar Expectación antes del Lanzamiento	Crear un conteo regresivo y teaser en redes sociales	Diseñar contenido exclusivo que revele gradualmente la nueva colección	Instagram, Facebook, Twitter	Bajo	Equipo de Marketing	Número de interacciones en el contenido de teaser
Fomentar la Interacción en el Punto de Venta	Implementar códigos QR en envases para acceder a descuentos	Crear códigos QR que lleven a ofertas exclusivas y contenido interactivo	Envases de productos, Puntos de Venta	Bajo	Equipo de Marketing	Número de escaneos de códigos QR en el punto de venta

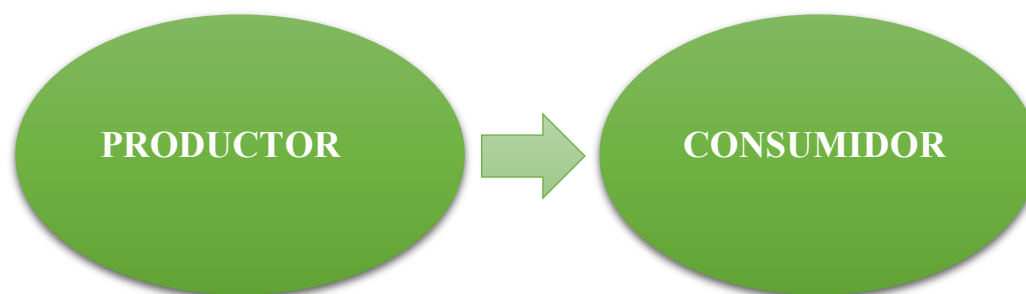
Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto tiempo	Responsable	Indicador
Reforzar el Compromiso con la Sostenibilidad	Lanzar campañas de concienciación sobre la moda sostenible	Crear contenido educativo sobre la importancia de la moda sostenible	Blog de la marca, Redes Sociales	Bajo/Medio	Equipo de Marketing	Número de visitas al blog y participación en campañas
Establecer Asociaciones Locales	Colaborar con eventos y organizaciones locales	Participar en ferias de mascotas y donar parte de las ganancias a refugios	Eventos locales, Patrocinios	Medio/Alto	Equipo de Marketing	Participación en eventos y retorno de inversión

Nota: Elaboración propia

1.10 Canales de Distribución

Gráfico 3

Canales de distribución



Nota. Elaboración propia

1.11 Seguimiento de Clientes

Tabla 22

Seguimiento de Clientes

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Presupuesto	Tiempo	Responsable
Mejorar la Gestión de Relaciones con Clientes	Implementar un CRM para rastrear interacciones y preferencias	Personalizar campos de cliente para registrar preferencias y comportamientos	Free	Medio	Equipo de Ventas
Optimizar la Atención al Cliente	Utilizar un CRM con funciones de soporte y seguimiento	Configurar tickets y automatizaciones para seguimiento de consultas	Free	Bajo	Equipo de Atención al Cliente
Aumentar la Retención de Clientes	Emplear un CRM que permita enviar campañas de correo electrónico	Configurar campañas de correo electrónico segmentadas basadas en comportamientos	Free	Medio	Equipo de Marketing

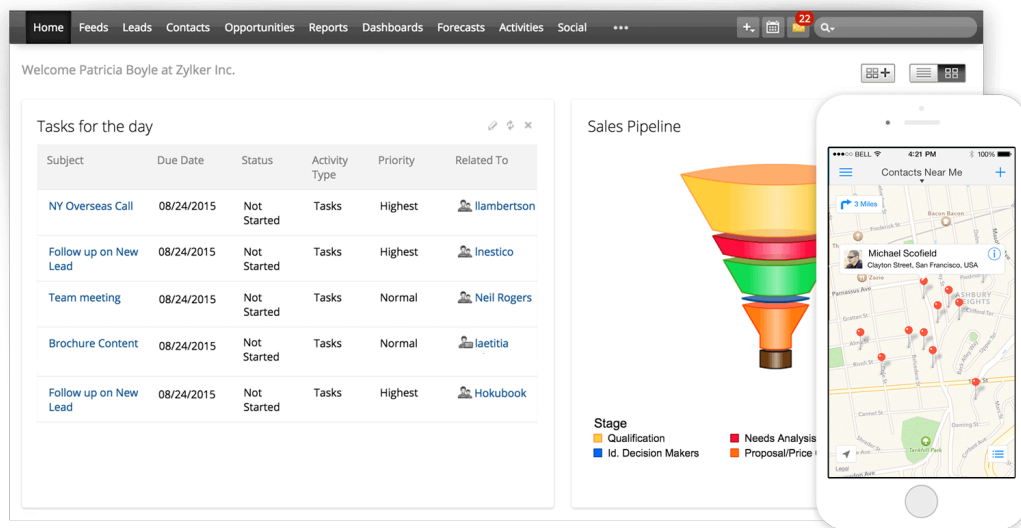
Nota. Elaboración propia

Zoho CRM

Zoho CRM proporciona una solución completa para la gestión de clientes. Incluye funciones de soporte, seguimiento y automatización. La versión gratuita es robusta y adecuada para pequeñas empresas, ofreciendo una visión integral del ciclo de vida del cliente.

Gráfico 4

Muestra de Zoho CRM



Nota. (Zoho, 2024)

1.12 Plan de acción comercial y Métricas de marketing

Tabla 23

Plan de acción comercial

Estrategias	Tácticas	Indicadores	Responsables	Presupuesto
Estrategia de Posicionamiento	- Aumento en el reconocimiento de la marca	- Encuestas de reconocimiento de marca	Equipo de Marketing	\$80
Estrategia de Diferenciación	- Incremento en ventas a través de colaboraciones	- Ventas generadas por colaboraciones	Equipo de Ventas	\$100
Marketing de Guerrilla	- Aumento en la participación en eventos	- Participación en eventos, alcance en redes sociales	Equipo de Eventos	\$50

Estrategias	Tácticas	Indicadores	Responsables	Presupuesto
Estrategias de Producto	- Niveles de inventario	- Niveles de inventario, comentarios de clientes	Equipo de Diseño	\$50
Estrategias de Plaza	- Expansión de puntos de venta	- Número de puntos de venta, ventas en cada canal	Equipo de Ventas	\$50
Estrategias de Packaging	- Feedback de clientes sobre el embalaje	- Retroalimentación de clientes sobre el embalaje	Equipo de Diseño	\$100
Estrategias para el Manejo de Marca	- Aumento en seguidores, menciones en redes sociales	- Aumento en seguidores, menciones en redes sociales	Equipo de Marketing	\$50
Estrategias de Canales de Distribución	- Número de nuevos puntos de distribución	- Número de nuevos puntos de distribución	Equipo de Ventas	\$50
Estrategias de Precio	- Ventas, comparación de precios con competidores	- Ventas, comparación de precios con competidores	Equipo de Ventas	\$50

Nota: Las métricas se van a ver reflejadas en los indicadores de el plan de acción comercial

CAPÍTULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Definir los procesos involucrados en la elaboración de ropa para mascotas con tela de plástico reciclado con la finalidad de determinar los recursos necesarios para la ejecución del proyecto.

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

2.2.1.1 Relato técnico

El proceso inicia con la recolección de materia prima dentro la cual se consideran la tela, hilo, plástico, botones, entre otros. Desde la selección y negociación con los proveedores de cada material se verifican previamente.

Posterior a ello, se procede con la selección de la materia prima para verificar si es apta para el proceso productivo conforme la línea de pedidos vigente. Si esta cumple las condiciones, se extiende la tela para rayar el modelo previsto. Una vez concluido el paso anterior, se cortan las piezas y se cosen. Por último, se verifican y pulen detalles de costuras y cortes finales.

Si el producto, cumple con los estándares de calidad definitivos, el producto se empaca y etiqueta para dar la condición final a la ropa de mascotas. Estos productos se almacenan hasta cuando el cliente los retire o se gestione el envío directo al consumidor.

2.2.1.2 Mapa de procesos

Un diagrama de procesos se define como una representación visual que muestra de manera sistemática y estructurada las actividades, relaciones y flujos de información en un proceso específico dentro de una organización. Este recurso utiliza símbolos gráficos para ilustrar las diversas etapas del proceso y las interacciones entre ellas. Su finalidad es ofrecer una visión completa y detallada de

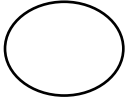
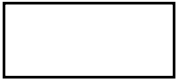
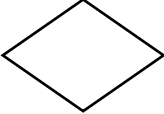

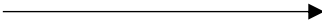
la dinámica de un proceso, permitiendo la identificación de áreas de mejora, la optimización de operaciones y la comprensión de las relaciones entre las distintas fases. Además, facilita la comunicación entre equipos al estandarizar la representación de los procedimientos, mejorando así los procesos de gestión de manera eficiente y efectiva (Alarcón, 2019).

2.2.1.3 Flujograma

Un diagrama de flujo, en términos técnicos, consiste en una representación gráfica sistemática que muestra la secuencia de pasos en un sistema o actividad. A través de la utilización de símbolos y flechas, esta herramienta visual facilita la comprensión visual, la identificación de pasos y relaciones, el análisis y la optimización de procesos, la estandarización de procedimientos, la documentación y formación de equipos, la detección de errores y la gestión eficiente de proyectos. Además, resulta muy útil en entornos profesionales para visualizar operaciones, identificar mejoras y optimizar la administración de procesos organizativos de manera eficaz (Sanmartin, 2021).

Tabla 24

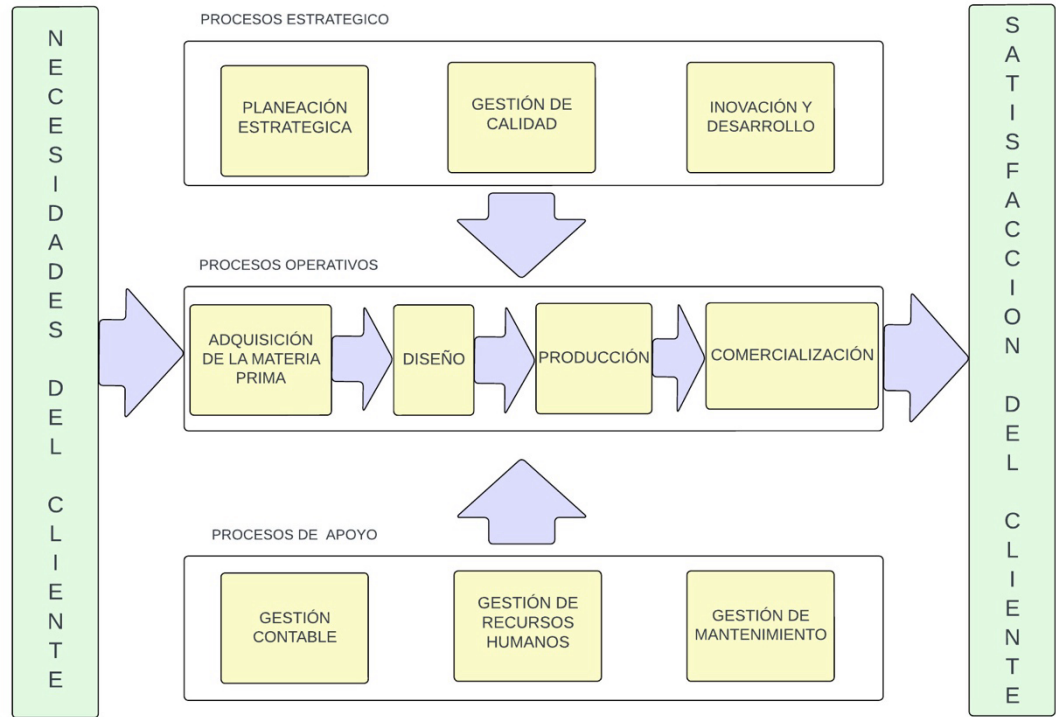
Simbología del flujograma

Símbolo	Función
	Símbolo de inicio o fin de un proceso
	Operación o actividad
	Símbolo de decisión
	Subproceso
	Indicador de dirección en el flujo

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 5

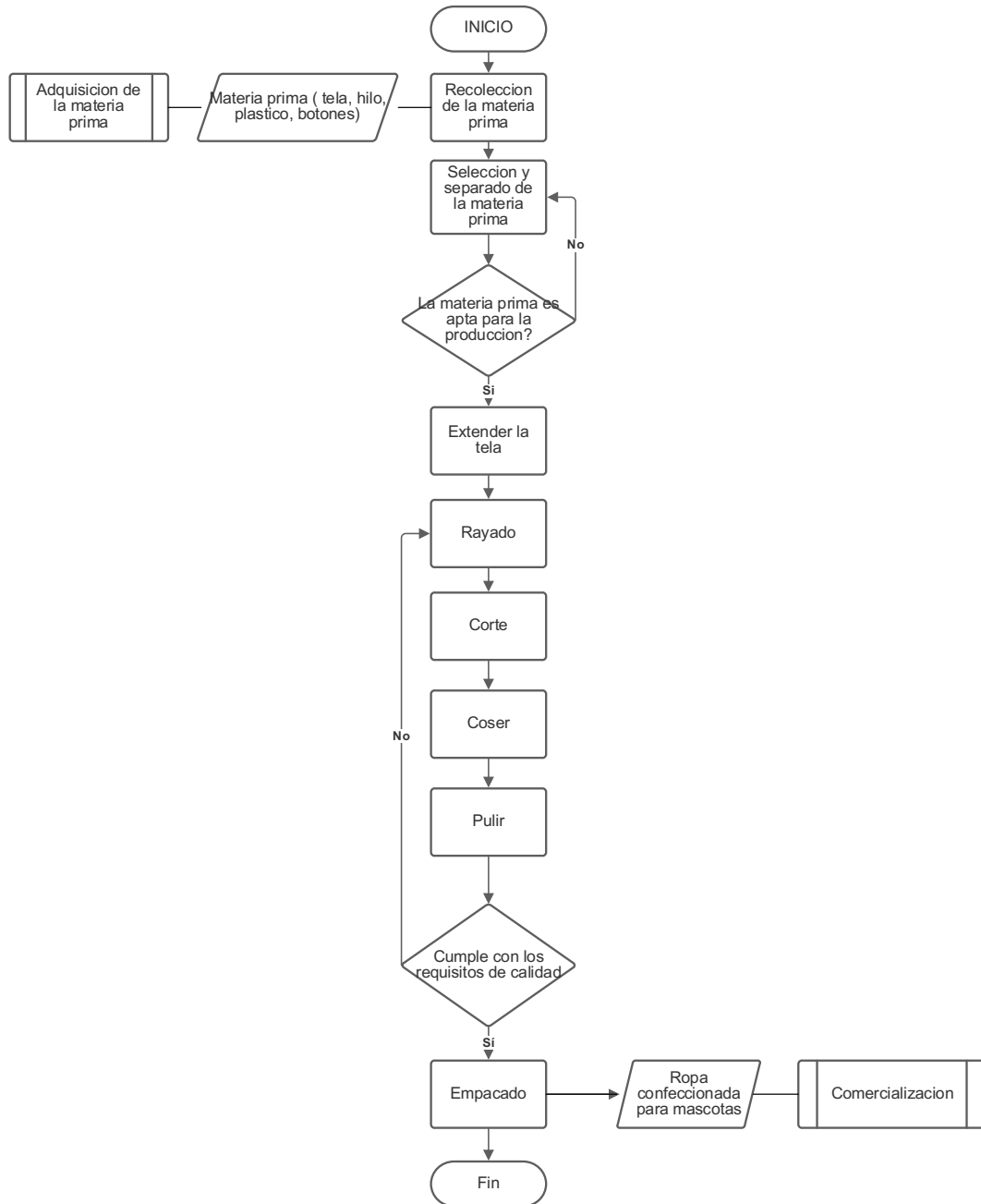
Mapa de procesos



Nota. Elaboración propia

Gráfico 6

Flujograma



Nota. Elaboración propia.

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

2.2.2.1 Ubicación geográfica

Las instalaciones del emprendimiento estarán ubicadas en la ciudad de Ambato en la zona urbana sector Pishilata en las calles Av. Bolivariana entre Cristóbal Ojeda Dávila y Aurelio Sampertegui, en ese espacio, será necesario contar con un individuo encargado de los procedimientos de marcado y corte, así como con otro empleado encargado de la costura y el acabado de las prendas; con el objetivo de que el punto de fabricación y ventas esté cerca del público objetivo.

Figura 2

Ubicación geográfica de las instalaciones



Nota. Datos de Google Maps (2023).

2.2.2.2 Instalaciones

Tabla 25

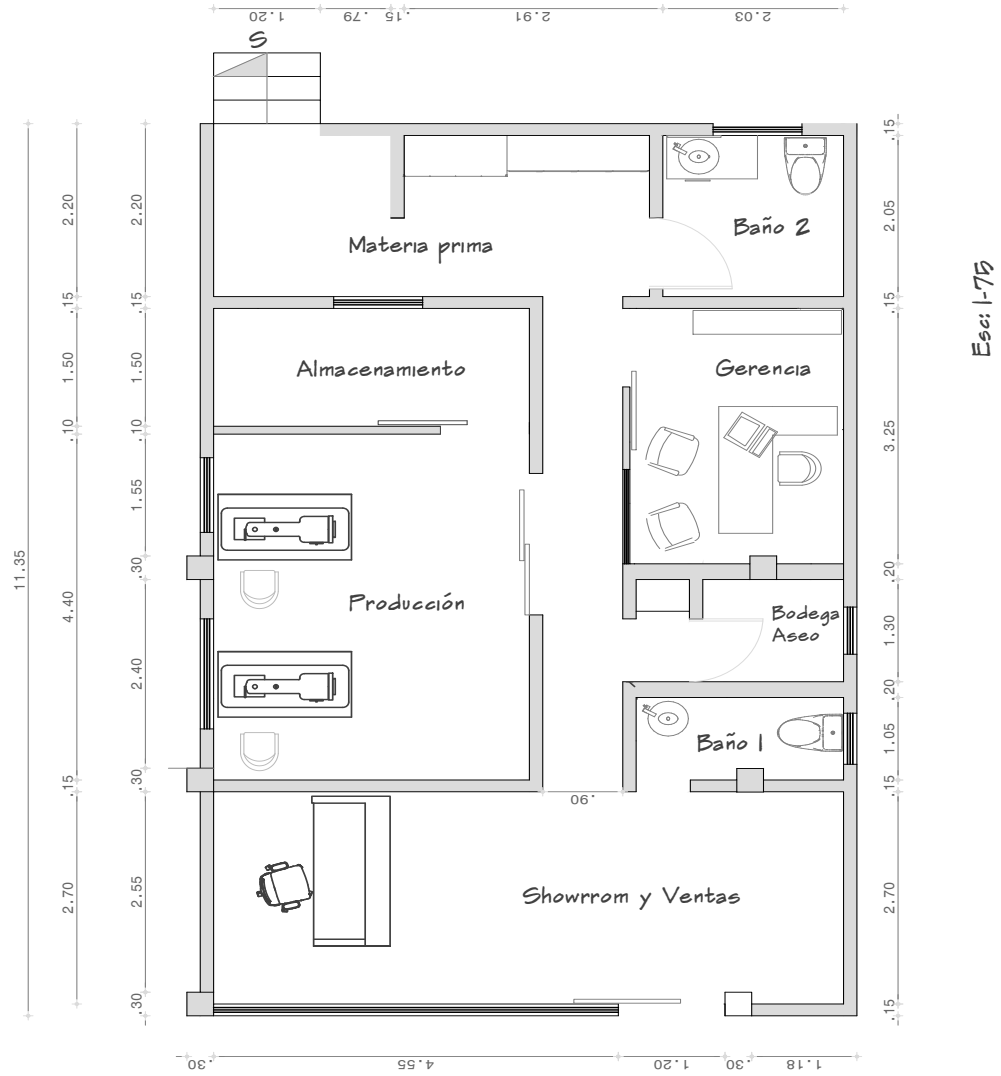
Descripción de las instalaciones en metros cuadrados

Descripción	Área (m ²)
Showroom y ventas	19,12
Producción	
Almacenamiento	
Materia prima	
Baño 1	4,56
Baño 2	4,77
Gerencia	9
Bodega de aseo	
Total	85,47

Nota. Elaboración propia

Gráfico 7

Instalaciones del negocio



Nota. Elaboración propia.

2.2.2.3 Equipos

Tabla 26



Descripción de equipos

		FICHA TÉCNICA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Realizado por: Steeven Joel Morales Mariño		Precio: 120.00 \$	Fecha: 28-nov-23
Maquina / Equipo	Mesas de corte	Ubicación	Taller
Fabricante / Marca	Dispromem	Sección	Elaboración
Modelo	Mes001Metal	Dimensiones	1.83 cm de ancho x 12 m de largo
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
Registro fotográfico		Características técnicas	
		Estructura en acero, superficie en madera aglomerada con melamina y piezas metálicas. **Sistema modular desarmable**	
		Función	
Frecuencia de mantenimiento		La función principal es el extendido de la materia prima	
		No requiere debido a que tiene un recubrimiento electrostático epoxi poliéster resistente a la corrosión.	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 27

Descripción de equipos

		FICHA TÉCNICA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Realizado por: Steeven Joel Morales Mariño		Precio: 29,89 \$	Fecha: 28-nov-23
Maquina / Equipo	Juego de regla para corte y confección	Ubicación	Taller
Fabricante / Marca	Extect	Sección	Producción
Modelo	Regl13Pic	Dimensiones	Juego de 14 piezas diferentes dimensiones y medidas
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
Registro Fotográfico		Características técnicas	
		Juego de 13 reglas de costura francesa, regla de costura para confeccionar vestidos, regla de costura transparente, patrón de costura para diseño de moda y guías para tela (marca en inglés en reglas)	
		Función Regla de costura para confeccionar vestidos y patronaje de piezas sobre la tela a cortar para la confección.	
Frecuencia de mantenimiento	Ninguno al ser de plástico solo tener cuidado al momento de ser usado y al momento de guardar el producto		

Nota. Elaboración propia.

Tabla 28

Descripción de equipos

		FICHA TÉCNICA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Realizado por: Steeven Joel Morales Mariño		Precio: 28,75\$	Fecha: 28-nov-23
Maquina / Equipo	Tijera 10" industrial para sastre	Ubicación	Taller
Fabricante / Marca	Truper	Sección	Producción
Modelo	Tijera 10" Truper	Dimensiones	25 cm x 12 cm
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
Registro Fotográfico		Características técnicas	
		Hojas rectas sobrepuestas con tuerca de seguridad, templadas y rectificadas para mayor duración de los filos • Acabado niquelado resistente a la corrosión • Mangos ergonómicos con dedos de distintos tamaños para un mejor agarre y un corte más eficiente	
		Función	
		Para uso textil o polleras	
Frecuencia de mantenimiento	Se recomienda cada 3 a 4 semanas sacarle filo y aceitar el perno de ajuste		

Nota. Elaboración propia.

Tabla 29

Descripción de equipos

		FICHA TÉCNICA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Realizado por: Steeven Joel Morales Mariño		Precio: 350,00 \$	Fecha: 28-nov-23
Maquina / Equipo	Máquina de coser	Ubicación	Taller
Fabricante / Marca	Juki	Sección	Producción
Modelo	Juki DDL-8100	Dimensiones	1.83 cm de ancho x 12 m de largo
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
Registro Fotográfico		Características técnicas	
  		Juki DDL-8100 es una sola aguja, puntada recta, máquina de coser industrial. La tecnología, es ideal para costura de material pesado. Con la ingeniería para reducir la vibración y el ruido, está optimizado para un manejo cómodo.	
		Función Maquina recta para trabajos pesados y livianos con tres modalidades para cocer y terminar.	
Frecuencia de mantenimiento	Comunicarse directamente con el distribuidor para obtener más información al respecto		

Nota. Elaboración propia.

Tabla 30

Descripción de equipos

		FICHA TÉCNICA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Realizado por: Steeven Joel Morales Mariño		Precio: 68.00 \$	Fecha: 28-nov-23
Maquina / Equipo	Estantería metálica	Ubicación	Taller
Fabricante / Marca	Dispromem	Sección	Embodegado
Modelo	Mes001Metal	Dimensiones	2250mm de alto X 1000mm de ancho X 400mm de fondo
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
Registro Fotográfico		Características técnicas	
		<p>Estantería de acero troquelado con 6 bandejas, distantes entre sí por 350mm. La primera bandeja en relación al piso tendrá una separación de 150mm. Angulares en acero troquelados de mínimo 2mm de espesor para poder regular las bandejas a las necesidades.</p>	
		Función	
		La función principal es el almacenaje y fácil exhibición del producto terminado	
Frecuencia de mantenimiento	No requiere debido a que tiene un recubrimiento troquelado resistente a la corrosión.		

Nota. Elaboración propia.

2.2.2.4 Horas hombre

Las horas hombre, dentro de un contexto comercial y empresarial, se definen como una medida cuantitativa del tiempo que un individuo emplea en la realización de una tarea o proyecto específico. Esta unidad de medida se utiliza comúnmente en gestión de proyectos y planificación de recursos humanos para evaluar y asignar la carga de trabajo. Una hora hombre representa la cantidad de trabajo que un empleado promedio puede realizar en una hora. Esta métrica facilita la estimación y gestión del esfuerzo humano necesario para completar actividades, lo que da lugar a una planificación más precisa y la asignación eficiente de recursos en proyectos y tareas organizativas (Arias, 2020).

Tabla 31

Cálculo de horas - hombre

Actividades	Tiempo (min)	# trabajadores	H-H trabajo (min)	H-H trabajo
Recolección de MP	6		11	0,18
Selección de MP	5			
Extensión y rayado de tela	15	1	63	1,05
Corte	8			
Costura	40			
Pulida	3	1	9	0,15
Control de calidad	4			
Empacado	2			
	83	2		1,38

Nota. Elaboración propia.

2.2.3 Tecnología para aplicar

A largo plazo, la empresa optará por la adopción de nuevas tecnologías para agilizar sus procesos productivos, como la implementación de un avanzado método de reciclaje que emplea la técnica de fusión de materiales. Esta maquinaria especializada fusiona fibras textiles y plástico reciclado de manera controlada, garantizando durabilidad, resistencia y suavidad al tacto. Dotada de sensores y sistemas de filtración avanzados, la tecnología se incorpora al proceso de fabricación de prendas. El material compuesto resultante se emplea en la confección de ropa para mascotas, ofreciendo productos sostenibles, estéticamente atractivos y

diferenciados en el mercado de artículos para animales de compañía, al mismo tiempo que responde a la creciente demanda de consumidores preocupados por la sostenibilidad (Alejaldre, 2020).

2.2.4 Factores que afectan a las operaciones

Manufactura

La manufactura se define como el procedimiento sistemático y organizado para convertir materias primas o componentes en productos terminados mediante la utilización de habilidades humanas, maquinaria y tecnología. Este proceso engloba desde la planificación inicial hasta la distribución del producto final e involucra la integración de elementos como diseño, producción, control de calidad y gestión de recursos para desarrollar productos que cumplan con estándares y satisfagan las demandas del mercado. Se trata de un componente esencial en la cadena de suministro y la economía, enfocándose en la eficiencia, la optimización de recursos y la entrega de productos de alta calidad. Analizar y mejorar continuamente los procesos de manufactura son aspectos clave para mantener la competitividad en un entorno empresarial dinámico (Cuggia, 2020).

Ritmo de producción

El ritmo de producción en una empresa se refiere a la rapidez o tasa con la que se finalizan unidades de producción en un período determinado. Este indicador resulta fundamental para evaluar la eficiencia y la productividad en contextos de manufactura o procesos industriales, generalmente expresado en unidades producidas por hora, día u otra unidad de tiempo pertinente. La supervisión y administración de la velocidad de producción posibilitan optimizar las operaciones, identificar posibles cuellos de botella y realizar ajustes necesarios para cumplir con objetivos de producción y demandas del mercado de manera eficaz. El análisis de la velocidad de producción ayuda a las organizaciones a mejorar la planificación, asignación de recursos y procesos, contribuyendo así a una gestión eficaz de la producción (Galarza, 2022).

Tabla 32*Manufactura*

Tiempo del proceso	83	minutos
Número de unidades producidas por lote	6	unidades
# lotes por día	6	
Producción diaria (8h)	36	unidades
Producción mensual (20 días)	720	unidades
Producción anual	8640	unidades

Nota. Elaboración propia.**Fórmula 3***Cálculo del tiempo normal*

$$\text{Tiempo normal} = \text{tiempo promedio} * \frac{\text{Valor atribuido}}{\text{Valor estándar}}$$

$$\text{Tiempo normal} = \text{tiempo promedio} * \frac{100\%}{85\%}$$

Tabla 33*Ritmo de producción*

Actividad	Personal	Tiempo promedio (min)	Tiempo normal (min)	Ritmo de trabajo
Recolección de MP		6	5,1	Diario
Selección de MP		5	4,3	Diario
Extensión y rayado de tela	1	15	12,8	Diario
Corte		8	6,8	Diario
Costura		40	34	Diario
Pulida	1	3	2,6	Diario
Control de calidad		4	3,4	Diario
Empacado		2	1,7	Diario
		83		

Nota. Elaboración propia.**Tabla 34***Proyección personal operativo anual*

Año	Puesto	# de personas
2023	Operarios	2
2024	Operarios	2
2025	Operarios	3
2026	Operarios	3
2027	Operarios	4
2028	Operarios	4

Nota. Elaboración propia.

2.3 Capacidad de Producción

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La capacidad de producción con la que contará el emprendimiento PawCycle es de 8.640 capuchas para mascotas anual y se proyectara a 5 años de la siguiente manera.

Tabla 35

Proyección de producción futura

Año	Producción anual	Eficiencia (%)	Incremento
1	8640	85	
2	8790	87	149,7
3	8966	89	175,8
4	9145	90	179,3
5	9328	95	182,9

Nota. La proyección se realizó aplicando la tasa de riesgo país de 1,73 puntos para el año 1. La producción inicial fue de 8640 unidades anuales.

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Materias primas

La materia prima se refiere a cualquier sustancia elemental y no procesada que sirve como punto de partida en la manufactura o producción de bienes. Estas sustancias son extraídas directamente de la naturaleza o adquiridas mediante procesos básicos de transformación. Las materias primas pueden tener origen animal, vegetal, mineral o sintético, y la selección y calidad de estas son aspectos cruciales en la fabricación de productos. Ejemplos comunes abarcan minerales, metales, madera, petróleo crudo y productos agrícolas. La gestión eficiente de las materias primas resulta fundamental para asegurar la calidad, consistencia y sostenibilidad en la producción, constituyendo un componente esencial en la cadena de suministro y la planificación estratégica de las empresas (Pacheco, 2019).

Tabla 36

Grado de sustitución.

Materia prima	Descripción	Sustitución	Proveedor
Tela Fleece Nacional	Es la base para crear la prenda para mascotas	Tela Fleece China	Vicuña Textil
Hilo Doble A	Es el tejido con el que se va a unir las piezas de corte	Hilo de seda o hilo común	Impordenim Cía. Ltda.
Cintas y etiquetas biodegradables	Etiquetado de la prenda	Etiquetas y fundas de plástico	Ferysu


Nota. Elaboración propia.

2.5 Calidad

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Tabla 37

Hoja de verificación

	Hoja de verificación	
	Fecha: Mar 21 nov 2023	
Proceso: Proceso de producción	Responsable: Joel Morales	
Objetivo: Recolectar datos sobre los defectos del proceso de fabricación de ropa mascotas con tela y plástico reciclado	Versión: Check-001	
<p>Instrucciones:</p> <p>Marque con una "X" los defectos encontrados durante el proceso de fabricación.</p> <p>Registre la cantidad de veces que se encuentra cada defecto.</p>		

Defectos	Semanas									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Costura descocida	x	x					x			3
Hilos sueltos	x		x	x	x	x		x	x	7
Machas de tinte		x				x			x	3
Corte irregular		x		x			x	x		4
Botones faltantes	x				x		x	x		4
Pliegues mal cocidos	x	x			x	x	x		x	6

Doblado desigual		x		x	x				x	4
Enganches o rasgaduras			x			x	x		x	4
Problemas de etiquetado		x		x		x		x		4
Validado por: Firma					Nombre: Cl:				

Nota. Elaboración propia.

Diagrama de Pareto

Tabla 38

Control de calidad

Defecto	Total, defectuosos	fr (%)	Far (%)	80-20
Hilos sueltos	7	17,95%	17,95%	80%
Pliegues mal cocidos	6	15,38%	33,33%	80%
Corte irregular	4	10,26%	43,59%	80%
Botones faltantes	4	10,26%	53,85%	80%
Doblado desigual	4	10,26%	64,10%	80%
Enganches o rasgaduras	4	10,26%	74,36%	80%
Problemas de etiquetado	4	10,26%	84,62%	80%
Costura descocida	3	7,69%	92,31%	80%
Machas de tinte	3	7,69%	100,00%	80%
Total	39	100%		

Nota. Elaboración propia.

Defecto	Total de defectuoso	fr (%)	Far (%)
Costura descocida			
Hilos sueltos			
Machas de tinte			
Corte irregular			
Botones faltantes			
Pliegues mal cocidos			
Doblado desigual			
Enganches o rasgaduras			

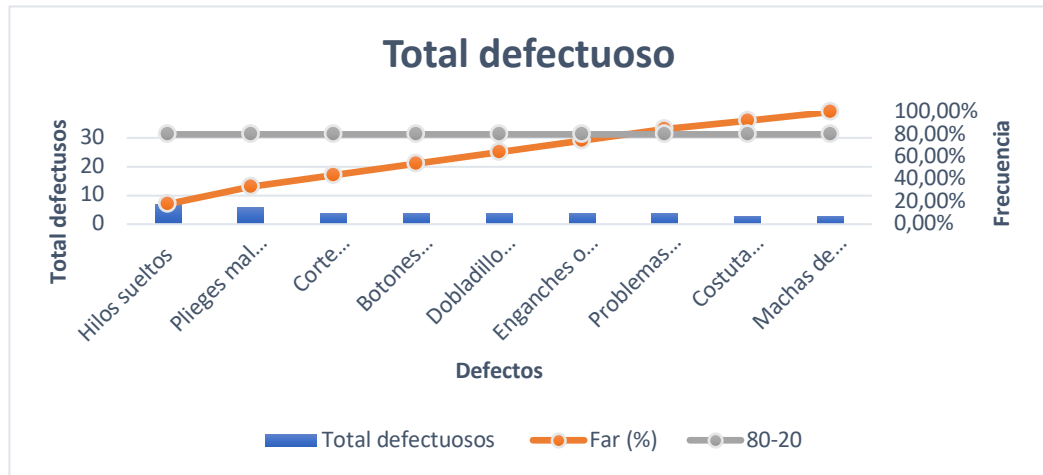
Problemas de etiquetado

0 0

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 8

Gráfico de Pareto



Nota. Elaboración propia.

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Artículo 73 - LUGAR DE COLOCACIÓN. Cuando se instalen máquinas fijas, se deben seguir estas pautas:

1. Las máquinas deben estar en áreas lo suficientemente amplias para permitir su montaje correcto y realizar operaciones seguras.
2. Deben colocarse en suelos o pisos que puedan soportar las cargas estáticas y dinámicas previstas, asegurando su estabilidad y evitando que las vibraciones causen daños en el edificio o representen riesgos para los trabajadores.
3. Si las máquinas representan un riesgo para la salud, se deben proteger adecuadamente para reducir o evitar estos riesgos. Si no es posible, deben ubicarse en áreas separadas del resto del proceso de producción. El personal responsable de

su manejo debe usar el equipo de protección adecuado.

4. Los motores principales de las turbinas que puedan presentar riesgos significativos deben ubicarse en áreas aisladas o habitaciones cerradas, restringiendo el acceso a personal no autorizado y señalizando claramente esta restricción (Instituto ecuatoriano de seguridad social, 2022)

Dentro de Paw Cycle, se cumplirá con las normativas de seguridad y salud laboral, especialmente en la prevención de riesgos para la salud. Se implementarán medidas como el uso apropiado de mascarillas para prevenir enfermedades respiratorias, guantes para proteger las manos durante el corte y la costura de las prendas, y una instalación adecuada de la maquinaria para prevenir accidentes.

CAPÍTULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Diseñar una estructura organizacional para el plan de negocios PawCycle, misma que posibilitará supervisar su desempeño mediante métricas que evaluarán el logro de metas, definiendo de manera precisa las escalas de autoridad dentro de la estructura.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

La evaluación estratégica dentro de un plan de negocios implica analizar de manera exhaustiva y sistemática los factores internos y externos que podrían influir en el rendimiento y la orientación de la empresa. Esta herramienta se convierte en el punto central para la toma de decisiones, ya que, mientras la definición de objetivos establece la dirección y los hitos a alcanzar, posibilitando así la ejecución del plan de negocios (Nova et al., 2020).

3.2.1 Visión de la Empresa

La visión empresarial es una declaración a largo plazo que delinea la imagen futura deseada de la organización. Se trata de una representación aspiracional que establece los logros que la empresa busca alcanzar y cómo imagina su impacto en el mundo (Arrieta et al., 2021).

Declaración de la visión:

"PawCycle aspira a liderar la innovación sostenible en la moda para mascotas. Nuestra visión es establecer un estándar nacional al crear prendas de alta calidad mediante el uso exclusivo de materiales reciclados. Buscamos ser reconocidos como referentes de responsabilidad ambiental y estilo en la industria de accesorios para mascotas."

3.2.2 Misión de la Empresa

A contrario de la visión, la misión empresarial consiste en una declaración que explica la razón de existir de la organización, sus actividades fundamentales y el valor que ofrece a sus clientes, empleados y a la sociedad en su conjunto. Su relevancia reside en la capacidad para comunicar a todas las partes interesadas, tanto internas como externas, la esencia y propósito fundamental de la empresa (Arrieta et al., 2021).

"En PawCycle nos dedicamos a la creación de ropa para mascotas con un propósito más allá de la moda. Buscamos fusionar la creatividad con la sostenibilidad al utilizar materiales reciclados, como telas y plásticos, para confeccionar prendas de alta calidad. Nos comprometemos a contribuir a la reducción de residuos y al fomento de prácticas responsables en la industria de la moda para crear una comunidad que valora la moda consciente y el bienestar animal."

3.2.3 Objetivos y estrategias

Los objetivos estratégicos son metas a largo plazo que una organización aspira lograr con el fin de progresar hacia su visión y misión. Estas metas orientan la dirección general de la empresa y se formulan con el propósito de proporcionar un marco para la toma de decisiones y la asignación de recursos (Navarro et al., 2023).

Para elaborar los objetivos estratégicos se revisará las matrices EFI y EFE determinadas en el capítulo 1 en las que se determinaron los factores que afectan a la empresa, a partir de ellas, se determinan los objetivos estratégicos que facilitan el logro de la visión.

Tabla 39

Objetivos estratégicos

<p>Misión: En PawCycle nos dedicamos a la creación de ropa para mascotas con un propósito más allá de la moda para mascotas. Buscamos fusionar la creatividad con la sostenibilidad al utilizar materiales reciclados, como telas y plásticos, para confeccionar prendas de alta calidad. Nos comprometemos a contribuir a la reducción de residuos y al fomento de prácticas responsables en la industria de la moda y buscamos crear una comunidad que valora la moda consciente y el bienestar animal</p>						<p>Visión: PawCycle aspira a liderar la innovación sostenible en la moda para mascotas. Nuestra visión es establecer un estándar nacional al crear prendas de alta calidad mediante el uso exclusivo de materiales reciclados. Buscamos ser reconocidos como referentes de responsabilidad ambiental y estilo en la industria de accesorios para mascotas</p>
Objetivos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	Posicionar como Líder en Moda Sostenible para Mascotas.	Diferenciar a través de Diseño Innovador y Compromiso Social.	Ofrecer Variedad y Calidad en Productos Sostenibles.	Reforzar la Imagen de PawCycle como Líder en Moda Sostenible.	Posicionar como asequible pero Premium en el mercado.	
Políticas	Desarrollar y promover productos que cumplan con estándares sostenibles y éticos.	Integrar diseño innovador y compromiso social en todas las operaciones.	Mantener altos estándares de calidad y variedad en productos sostenibles.	Mantener y mejorar continuamente la imagen de la marca.	Ofrecer productos asequibles sin comprometer la calidad y la sostenibilidad.	
Estrategias	Incrementar la participación de mercado en un 12% en el próximo año mediante campañas de concienciación. Establecer colaboraciones con organizaciones ambientales para fortalecer la credibilidad.	Implementar estrategias de marketing de guerrilla para generar interés y notoriedad. Lanzar campañas de "Mascota del Mes" en redes sociales para fomentar la conexión emocional con la marca.	Expandir puntos de venta y presencia en línea para llegar a un público más amplio. Introducir nuevas líneas de productos que satisfagan las necesidades cambiantes del mercado.	Implementar campañas de concienciación sobre la moda sostenible en redes sociales. Colaborar con eventos y organizaciones locales para fortalecer la presencia en la comunidad.	Implementar estrategias de precio que reflejen la calidad y la propuesta de valor. Establecer asociaciones con proveedores que compartan valores de sostenibilidad para garantizar costos sostenibles.	

Nota. Elaboración propia.

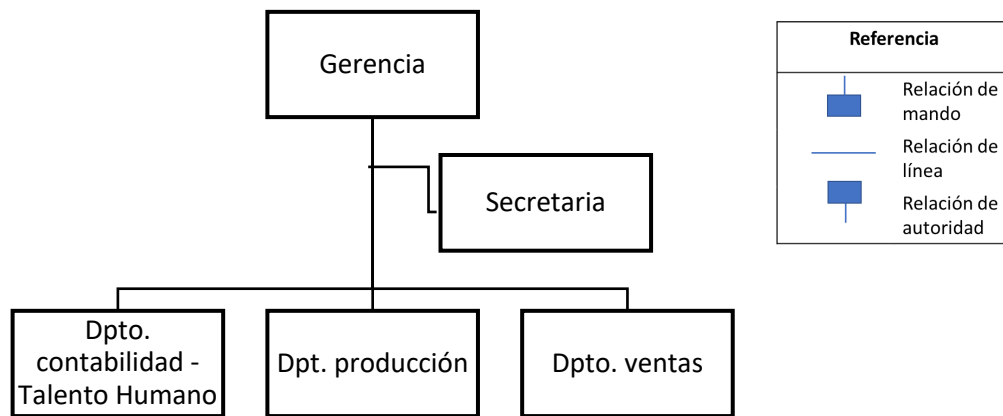
3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

Dentro de toda organización, aunque sea pequeña, existen funciones que se deben realizar. Aunque muchas funciones pueden ser realizadas por la misma persona, es necesario diferenciar las distintas funciones que se cumplen dentro de una empresa.

Gráfico 8

Organigrama Estructural Empresa "PawCycle"



Nota. Elaboración propia

3.3.2 Descripción de puestos.

La elaboración de perfiles de trabajo constituye una fase fundamental al definir las funciones y responsabilidades en una empresa recién creada. Estos perfiles ofrecen detalles exhaustivos acerca de las tareas, habilidades necesarias, responsabilidades y otras expectativas vinculadas a cada puesto. A continuación, se describen en detalle los perfiles de los cargos.

Tabla 40

Descripción del Puesto Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Puesto:</i>	<i>Gerente</i>
<i>Jefe inmediato superior:</i>	<i>Ninguno</i>
<i>Supervisa a:</i>	<i>Jefaturas y colaboradores directos</i>

II. OBJETIVO DEL PUESTO:

Organizar el recurso humano de la empresa para garantizar el cumplimiento de los objetivos.

III. FUNCIONES

- Garantizar el cumplimiento de la misión y visión
 - Representar a la empresa
 - Realizar reuniones de planificaciones mensuales
 - Revisar de informes y resultados
 - Analizar de rendimiento y estrategias
 - Gestionar de presupuesto y finanzas
 - Planificar estratégica a largo plazo
 - Evaluar del desempeño global
-

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de tercer nivel en administración de empresa o carreras afines.

Experiencia: 2 Años

Habilidades: Excelente comunicación, conocer dos idiomas (inglés), capaz de tomar decisiones, manejo de problemas y conflictos.

Formación: Administración de empresas y conocimientos en diseño textil, manejo de Microsoft Office

Nota. Elaboración propia.

Tabla 41

Descripción del puesto de trabajo del jefe del departamento de producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: jefe del departamento de producción

Jefe inmediato superior: Gerente general

Supervisa a: Cortador y confeccionista

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Controlar la producción de las prendas para mascotas

III FUNCIONES

- Supervisar la producción
 - Asignar tareas, organizar equipos de trabajo y administrar los recursos necesarios
 - Realizar revisión de inventarios y los suministros
 - Analizar de la eficiencia y la mejora continua
 - Realizar planificación de la producción
 - Gestionar la calidad y la mejora de los procesos
 - Plantear estrategias y proponer la implementación de nuevas tecnologías
 - Desarrollar de nuevas habilidades y capacitación orientado al personal
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de tercer nivel diseño textil o carreras afines.

Experiencia: 2 Años

Habilidades: Excelente comunicación, capaz de tomar decisiones, manejo de problemas y conflictos.

Formación: conocimientos en diseño textil

Nota. Elaboración propia.

Tabla 42

Descripción del puesto de trabajo del jefe del departamento de marketing y ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: jefe del departamento de marketing y ventas

Jefe inmediato superior: Gerente general

Supervisa a: Vendedor y marketero

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Controlar el área de marketing y ventas para aumentar la productividad de los vendedores

III FUNCIONES

- Implementar estrategias para incrementar las ventas
 - Solucionar problemas en el área de marketing y ventas
 - Realizar análisis en los resultados de ventas
 - Realizar reuniones de planificación y seguimientos a campañas o promociones
 - Realizar evaluaciones de presupuestos y gastos
 - Desarrollar de estrategias de marketing
 - Levantar de evaluaciones para la aplicación de estrategias y resultados
 - Desarrollar planificación estratégica anuales para el departamento de marketing y ventas
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de tercer nivel en marketing o carreras afines.

Experiencia: 2 Años

Habilidades: excelente comunicación, capaz de tomar decisiones, manejo de problemas y conflictos.

Formación: conocimientos en marketing y ventas, manejo de Microsoft Office

Nota. Elaboración propia.

Tabla 43

Descripción del puesto de trabajo del jefe del departamento de contabilidad y talento humano

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: jefe del departamento de contabilidad y talento humano

Jefe inmediato superior: Gerente general

Supervisa a: Contador y al gestor de talento humano

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Controlar el área de contabilidad y talento humano

III FUNCIONES

- Implementar estrategias para tener un buen ambiente laboral
 - Solucionar problemas en el área de contabilidad y talento humano
 - Preparar informes financieros
 - Realizar gestiones en el personal y capacitaciones
 - Cerrar estados financieros y el mes contable
 - Gestionar de nómina y beneficios
 - Realizar planificación presupuestaria
 - Evaluar de desempeño y estrategias de talento
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de tercer nivel en talento humano o carreras afines.

Experiencia: 2 Años

Habilidades: excelente comunicación, capaz de tomar decisiones, manejo de problemas y conflictos.

Formación: conocimientos en gestión de talento humano y contabilidad, manejo de Microsoft Office

Nota. Elaboración propia.

Tabla 44

Descripción del puesto de trabajo del cortador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Cortador
Jefe inmediato superior: jefe del departamento de producción
Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Marcar, cortar y dar forma al tejido textil

III FUNCIONES

- Recibir la materia prima
- Procesar de rayado y corte en el tejido textil
- Controlar el estado de la materia prima
- Controlar los inventarios de material
- Reportar de productividad y eficiencia
- Capacitar y desarrollo personal
- Evaluar de equipos del personal
- Establecer metas anuales para el crecimiento profesional y personal.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de bachiller o técnico en corte y confección
Experiencia: 2 Años
Habilidades: precisión en el corte, trabajar bajo presión, diferenciar tejidos.
Formación: conocimientos en corte y confección en tejidos textiles

Nota. Elaboración propia

Tabla 45

Descripción del puesto de trabajo del confeccionista

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: Confeccionista
Jefe inmediato superior: jefe del departamento de producción
Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coser y unir tejidos textiles

III FUNCIONES

- Coser las prendas para obtener el producto terminado
- Pulir la prenda una vez terminada
- Realizar un control de calidad del producto
- Realizar el mantenimiento a las máquinas de confección
- Realizar inventarios y reabastecimiento
- Realizar evaluación y eficiencia de producción
- Actualizar las técnicas y tendencias
- Realizar planes de desarrollo y mejora continua

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de bachiller o técnico en corte y confección
Experiencia: 2 Años
Habilidades: precisión en la confección, trabajar bajo presión, diferenciar tejidos.
Formación: conocimientos en corte y confección en tejidos textiles

Nota. Elaboración propia

Tabla 46

Descripción del puesto de vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: *Vendedor*
Jefe inmediato superior: *jefe del departamento de marketing y ventas*
Supervisa a: *N/A*

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Incrementar las ventas y la rentabilidad de la organización

III FUNCIONES

- Dar a conocer las características y los beneficios del producto
- Identificar potenciales clientes
- Incrementar la cartera
- Incrementar las ventas de la organización
- Realizar informes de impacto de los productos en el mercado
- Realizar capacitación y desarrollo del personal
- Realizar planificación estratégica de ventas
- Realizar revisiones de desempeño y metas personales

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: *Título de bachiller*
Experiencia: *2 Años*
Habilidades: *capacidad de escuchar, capacidad de comunicarse, técnicas de ventas*
Formación: *cursos en técnicas de ventas*

Nota. Elaboración propia

Tabla 47

Descripción del puesto de marketero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: *marketero*
Jefe inmediato superior: *jefe del departamento de marketing y ventas*
Supervisa a: *N/A*

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Desarrollar estrategias de marketing para la empresa y un plan de acción concreto.

III FUNCIONES

- Planificar y desarrollo de estrategias de marketing
- Investigar el mercado
- Realizar el branding de la organización
- Realizar análisis de métricas y KPI's
- Realizar reuniones de estrategias y planificación
- Emitir informes de desempeño y resultados
- Optimizar estrategias y contenidos
- Planificar estratégica a largo plazo
- Evaluar y actualizar conocimientos en marketing

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: *Título de tercer nivel en marketing o carreras afines*
Experiencia: *2 Años*

Habilidades: capacidad de escuchar, capacidad de comunicarse, creativo

Formación: cursos en técnicas de marketing, Google analytics

Nota. Elaboración propia

Tabla 48

Descripción del puesto de contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: contador

Jefe inmediato superior: jefe del departamento de contabilidad y talento humano

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Establecer procedimientos de información financiera y fiscales

III FUNCIONES

- Ordenar las operaciones de la empresa
- Cumplir obligaciones fiscales
- Digitalizar la información
- Calcular los impuestos
- Cerrar los libros contables
- Declarar los periodos fiscales y reportes regulatorios
- Realizar auditorías internas o externas
- Realizar planificaciones fiscales y estratégicas

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de tercer nivel en contabilidad

Experiencia: 2 Años

Habilidades: capacidad numérica, capacidad de comunicarse, adaptación al cambio

Formación: cursos y conocimientos contables, manejo de Microsoft Office

Nota. Elaboración propia

Tabla 49

Descripción del puesto de gestor de talento humano

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto: gestor de talento humano

Jefe inmediato superior: jefe del departamento de contabilidad y talento humano

Supervisa a: N/A

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Identificar competencias profesionales, actitudes y aptitudes necesita reunir el personal para desempeñar correctamente cada uno de los puestos de trabajo.

III FUNCIONES

- Reclutar personal
- Formar al personal
- Evaluar el desempeño
- Desarrollar y ejecutar un plan anual de inducción, capacitación y desarrollo para el grupo de trabajo.
- Realizar campañas de beneficio y compensaciones
- Evaluar el clima laboral en cada departamento y entorno a la empresa

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Título de tercer nivel en gestión de talento humano

Experiencia: 2 Años

Habilidades: capacidad de comunicarse, adaptación al cambio, rapidez para resolver problemas y conflictos con el capital humano

Formación: cursos y conocimientos en talento humano

Nota. Elaboración propia

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión, denominados comúnmente como KPIs (Key Performance Indicators), son medidas fundamentales que posibilitan la evaluación del rendimiento y el cumplimiento de metas estratégicas de una entidad. La naturaleza de estos indicadores puede cambiar en función del tipo de empresa y de los objetivos particulares que persiga.

Tabla 50

Indicadores de gestión

ÁREAS	Indicador	Fórmula
Gerencia	Cumplimiento de los objetivos	$\frac{\text{Objetivos cumplidos}}{\text{Objetivos propuestos}}$
	Negociaciones afirmativas con mayoristas	$\frac{\text{Contratos de compra firmados}}{\text{Clientes en proceso de negociación}}$
Secretaría	Ejecución de operaciones	$\frac{\text{Actividades cumplidas}}{\text{Actividades planificadas}}$
Departamento contabilidad – Talento Humano	Cumplimiento de obligaciones con el Servicio de Rentas Internas	$\frac{\text{Obligaciones cumplidas}}{\text{Obligaciones asignadas}}$
	Cumplimiento de obligaciones con el Municipio	$\frac{\text{Monto de impuestos pagados}}{\text{Monto de impuestos planificados}}$

	Cumplimiento de obligaciones con la Superintendencia de Compañías	$\frac{\text{Obligaciones cumplidas}}{\text{Obligaciones asignadas}}$
	Desempeño de los trabajadores	$\frac{\text{Personal capacitado}}{\text{Personal contratado}}$
Departamento de producción	Cumplimiento de las metas de producción	$\frac{\text{Metas cumplidas}}{\text{Metas planificadas}}$
Departamento de ventas	Cumplimiento de los objetivos de venta	$\frac{\text{Monto de ventas}}{\text{Meta de monto de ventas}}$

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Establecer las condiciones legales para la empresa "Paw Cycle" y asegurar el cumplimiento de permisos y documentos legales para incorporarse al mercado.

4.2 Determinación de la forma jurídica

Es fundamental conocer cómo construir una empresa en el marco legal, ya que conlleva diversas responsabilidades ante terceros, compromisos fiscales, y aspectos comerciales importantes (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2023). En el caso específico del proyecto Paw Cycle, se optará por constituir como una persona natural, dada la ausencia de socios. Esta decisión ofrece múltiples ventajas al requerir una inversión mínima y permitir la adhesión a regímenes fiscales más beneficiosos, con requisitos específicos que implican:

- Emisión del RUC como persona natural
- Emisión de permiso de persona natural en el Municipio
- Emisión de permiso del cuerpo de bomberos
- Informe de inspección
- Emisión de permiso del uso del suelo
- Imprimir facturas

La obtención del RUC es el primer paso para emprender las actividades económicas, es inscribirse en el registro único de contribuyentes (RUC). En el mismo RUC se podrá observar el régimen al que pertenecen, si debe o no llevar contabilidad y las obligaciones tributarias a cumplir (EL NUEVO ECUADOR, 2023)

4.3 Registros de marcas

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un

logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas. (Derechos Intelectuales, 2023).

El proceso para registrar la marca es el siguiente:

- 1.- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- 2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- 3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 4.- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- 5.- Cuando haya dado este procedimiento, el usuario y contraseña, así como un enlace de MI CASILLERO para cambiar la contraseña, obteniendo su casillero Virtual.
- 6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- 7.- Ingrese con su usuario y contraseña
- 8.- Ingrese a la opción PAGOS
- 9.- Opción TRAMITES NO EN LINEA
- 10.- Opción GENERAR COMPROBANTE
- 11.- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- 12.- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE

13.- Imprima el comprobante

14.- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)

15.- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)

16.- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec , así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.

17.- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Los permisos de funcionamientos y otros de Paw Cycle para su óptimo funcionamiento son los siguientes:

Tabla 51

Licencias Organismos Gubernamentales

Institución	Proceso - Tramitología
Ministerio del Trabajo (Ministerio de Trabajo, 2023)	<i>Ingreso de colaboradores</i> <i>Salida de colaboradores</i>
Instituto de Seguridad Social Registro nuevo empleador. (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL, 2023)	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.</i>2. <i>Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.</i>3. <i>Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).</i>4. <i>Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.</i>5. <i>Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.</i>6. <i>Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.</i>
Registro aviso de entrada y salida. (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL, 2023)	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Ingresar a la página www.iess.gob.ec.</i>2. <i>Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea.</i>3. <i>Aviso de entrada y salida.</i>4. <i>Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador.</i>

5. *Seleccionar la opción registro de novedades / aviso de salida.*
6. *Ingresar número de cédula del afiliado.*
7. *Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción ACEPTAR.*
8. *Validar y enviar.*

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. *Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec*
2. *Ingresar a SRI en línea*
3. *Ingresar número de identificación y clave*
4. *Escoger la opción inscripción*
5. *Aceptar términos y condiciones*
6. *Ingresar información general del contribuyente*
7. *Ingresar medios de contacto*
8. *Ingresar dirección de domicilio*
9. *Ingresar dirección del establecimiento matriz*
10. *Ingresar actividades económicas*
11. *Ingresar actividad económica principal*
12. *Resumen información ingresada*
13. *Confirmación de inscripción de RUC*

Servicios Rentas Internas
(RUC) (GOB Portal Unico para
Tramites Ciudadanos, 2023)

Nota. Elaboración propia

Tabla 52

Licencias Organismos Locales

Institución	Proceso - Tramitología
GAD Municipalidad de Ambato (Ambato LA NUEVA HISTORIA, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado</i> 2. <i>Copia de cédula y certificado de votación</i> 3. <i>Copia del RUC</i> 4. <i>Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos</i>
Bomberos (Gobierno de la republica del Ecuador, 2023)	<p>Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento para locales hasta de 100m2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos</i> 2. <i>Informe técnico de inspección favorable</i> 3. <i>Copia del certificado de uso de suelo</i> 4. <i>Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación</i> 5. <i>Copia de RUC o RISE</i> 6. <i>Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m2, instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo (art.29 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)</i> 7. <i>Lámparas de emergencias instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias (art.21 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)</i> 8. <i>Letrero del ECU 911 (Norma de la secretaria de Gestión de</i>

Riesgos)

9. Si el aforo del establecimiento comercial es superior a 10 personas, o su dimensión es mayor a 100m², se debe presentar un plan de emergencias y evacuación, debidamente firmada por un profesional del área de Seguridad Industrial y/o Gestión de Riesgos

10. Si el establecimiento es considerado de alto riesgo debido a los productos de comercialización y/o cargas caloríficas se deberá realizar un Plan de Emergencias y Evacuación

11. Copia del contrato de arrendamiento

Requisitos obligatorios

1. Solicitud dirigida al alcalde (especie valorada), en la que deberá constar lo siguiente:

- Actividad económica del negocio;
- Dirección del lugar donde se ejercerá la actividad económica;
- Nombre del negocio;
- Número de celular y correo electrónico del solicitante;

2. Croquis detallado con referencias, donde se realiza la actividad económica;

3. Copia del Registro Único del Contribuyente RUC; y,

4. Copia de la carta de pago del impuesto predial actual.

Para realizar el trámite

1. Generar un turno a través del link: <https://gadmaapps.ambato.gob.ec:9001/apex/f?p=102:55> siguiendo las siguientes instrucciones:

2. En el campo Sección, seleccione la opción: "BALCÓN DE SERVICIOS";

3. En el campo Trámite, seleccione la opción: "CERTIFICADO DE USO DE SUELO";

4. Dé clic en el botón "Solicitar Turno";

5. Registre la información del propietario/dueño del trámite;

6. Dé clic en el botón "Solicitar Turno";

7. El sistema generará un turno con código numérico, que se imprimirá para su presentación en la Unidad de Atención Ciudadana.

8. Acercarse a la Unidad de Atención Ciudadana (Edificio Matriz Sur: Av. Atahualpa y Río Cutuchi) e ingresar la documentación, de acuerdo a lo señalado en el turno.

9. El Asesor de la Unidad de Atención Ciudadana generará el certificado.

10. Recibir el Certificado de Uso del Suelo.

CAPÍTULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Proponer el esquema de inversión inicial junto con los costos y gastos requeridos para fabricar y vender ropa para mascotas. Este análisis permitirá evaluar la viabilidad financiera del proyecto, facilitando así la toma de decisiones más eficaces.

5.2 Plan de inversiones

Tabla 53

Plan de inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	Local	450,00	450,00
1	Arriendo local de 350 m2	450,00	450,00
	Instalaciones y remodelaciones	650,00	650,00
1	Pintura	100	100,00
1	Instalaciones de Baños	200	200,00
1	Mampostería	200	200,00
1	Instalaciones eléctricas	150	150,00
	Muebles y Enseres	269,00	769,00
2	Mesas de corte	150	300,00
4	Estantería metálica	70	280,00
6	Sillas	14	84,00
3	Escritorios	35	105,00
	Herramientas	80,64	161,28
2	Juego de regla para corte y confección	29,89	59,78
2	Tijera 10" industrial para sastre	28,75	57,50
2	Juegos de agujas	15	30,00
2	Juego de costura	7	14,00
	Maquinaria y Equipo	650,00	1.300,00
2	Máquina de coser	650	1.300,00
	Equipo de computación	1.280,00	1.280,00
1	Computador fijo	500	500,00
1	Computador personal	650	650,00
1	Impresora Epson L555	130	130,00
	Equipo de oficina	220,00	440,00

2	Celulares	220	440,00
	Inventarios	37,70	1.376,00
40	Libra de Retazos de tela	3,50	140,00
14	Paq. Hilo 12 unidades	18,00	252,00
720	Cintas y etiquetas biodegradables	1,20	864,00
8	Paq. 100 unidades Cierres	9,00	72,00
8	Paq. 100 unidades Botón	6,00	48,00
	Costos de Constitución	248,01	248,01
1	Permiso de bomberos	0,01	0,01
1	Patente Municipal	8	8,00
1	Marca	240	240,00
	Capital de trabajo	0,00	533,94
TOTAL			7.208,23

Nota. Elaboración propia

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

La mano de obra y sueldos del personal se calculó a partir de un rol de pagos que incluye los beneficios de ley y descuentos de acuerdo con el Código de Trabajo ecuatoriano.

Tabla 54

Costo de la Mano de obra

Ord.	Cargo	Código	Ingresos				Descuentos		Valor a pagar
			SBU	Otros	Total	Varios	IESS 9,45%	Total	
1	Operador 1	Op1	460,00	0,00	460,00	0,00	43,47	43,47	416,53
	TOTALES		460,00	0,00	460,00	0,00	43,47	43,47	416,53

Ord.	Patronal 11,15%	CCC 1,00%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac.	Total Provisión	Costo MO
1	51,29	4,60	38,33	37,50	0,00	19,17	150,89	610,89
	51,29	4,60	38,33	37,50	0,00	19,17	150,89	610,89

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =								610,89
-------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	---------------

Nota. Elaboración propia

Tabla 55*Sueldos del personal administrativo*

Ord.	Cargo	Código	Ingresos				Descuentos		Valor a pagar
			SBU	Otros	Total	Varios	IESS 9,45%	Total	
1	Gerente		600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30
TOTALES			600,00	0,00	600,00	0,00	56,70	56,70	543,30

Ord.	Patronal 11,15%	CCC 1,00%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac.	Total Provisión	Costo MO
1	66,90	6,00	50,00	37,50	0,00	25,00	185,40	785,40
66,90		6,00	50,00	37,50	0,00	25,00	185,40	785,40

COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO 785,40

Nota. Elaboración propia**Tabla 56***Sueldos del personal de ventas*

Ord.	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
			SBU	Otros	Total	Varios	IESS 9,45%		Total
1	Vendedor		460,00	0,00	460,00	0,00	43,47	43,47	416,53
TOTALES			460,00	0,00	460,00	0,00	43,47	43,47	416,53

Ord.	Patronal 11,15%	CCC 1,00%	XIII	XIV	Fondo Reserva	Vacac.	Total Provisión	Costo MO
1	51,29	4,60	38,33	37,50	0,00	19,17	150,89	610,89
51,29		4,60	38,33	37,50	0,00	19,17	150,89	610,89

COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS 610,89

Nota. Elaboración propia

5.3.2 Depreciación

El cálculo de la depreciación se realizó con la aplicación del método Legal también denominado Línea Recta.

Tabla 57

Cálculo de la depreciación de la propiedad planta y equipo

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y Enseres	10	769,00	10%	76,90
Herramientas	10	161,28	10%	16,13
Maquinaria y Equipo	10	1.300,00	10%	130,00
Equipo de computación	3	1.280,00	33%	426,62
Equipo de oficina	10	440,00	10%	44,00
TOTAL		3.950,28		693,65

Nota. Elaboración propia

Tabla 58

Amortización de los bienes no depreciables

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
COSTOS DE INSTALACIÓN	5	650,00	20%	130,00
COSTOS DE CONSTITUCIÓN	5	248,01	20%	49,60
TOTAL		898,01		179,60

Nota. Elaboración propia

5.3.3 Proyección de la depreciación

El cuadro expone la depreciación acumulada de activos fijos a lo largo de cinco años. Muebles, Herramientas y Maquinaria mantienen un patrón constante de depreciación anual. En el caso del Equipo de Computación, se evidencia una depreciación constante en los primeros tres años, sugiriendo la posibilidad de su retiro o depreciación total en los últimos dos años. El Equipo de Oficina experimenta una depreciación constante. La fila "TOTAL" refleja una notoria reducción en los últimos dos años, indicando posibles modificaciones en la composición o el estado de depreciación de los activos.

Tabla 59*Proyección de la depreciación*

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	77	77	77	77	77
Herramientas	16	16	16	16	16
Maquinaria y Equipo	130	130	130	130	130
Equipo de computación	427	427	427	0	0
Equipo de oficina	44	44	44	44	44
TOTAL	694	694	694	267	267

Nota. Elaboración propia**Tabla 60***Proyección de la amortización*

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS DE INSTALACIÓN	50	50	50	50	50
TOTAL	50	50	50	50	50

Nota. Elaboración propia

5.3.4 Detalle de Costos

El cuadro destaca los costos mensuales y anuales de producción de casas multifuncionales para gatos, abarcando materia prima, mano de obra, costos indirectos y depreciaciones. En total, los costos mensuales ascienden a 2,504.07 unidades monetarias, con un total anual de 30,048.81 unidades monetarias. Este análisis brinda una visión concisa de los aspectos financieros relacionados con la fabricación de dichas casas.

Tabla 61*Detalle de Costos - Producción*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
Casas multifuncionales para gatos					
Materia prima				1.376,00	16.512,00
Libra de retazos de tela	Libra	40	3,50	140,00	1.680,00
Paq. Hilo 12 unidades	Paq. 12 unidades	14	18,00	252,00	3.024,00
Cintas y etiquetas biodegradables	Unidad	720	1,20	864,00	10.368,00
Paq. 100 unidades Cierres	Unidad	8	9,00	72,00	864,00
Paq. 100 unidades Botón	Unidad	8	6,00	48,00	576,00

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
Mano de Obra				610,89	7.330,68
Sueldo personal de producción				610,89	7.330,68
Costos Indirectos				517,18	6.206,13
Alfileres	Paquete	10	2,50	25,00	300,00
Luz Eléctrica	Kwat/Hora	50,00	9,20	460,00	5.520,00
Agua	Metros cúbicos	100,00	0,20	20,00	240,00
Depreciaciones				12,18	146,13
TOTALES				2.504,07	30.048,81

Nota. Elaboración propia

5.3.5 Proyección de Costos

La proyección de costos se realizó considerando el promedio de la tasa de inflación anual desde el año 2019 al año 2023 según el reporte del Banco Central del Ecuador de la siguiente manera:

Tabla 62

Promedio de la tasa de inflación.

Nro.	Período	Inflación
1	2019	-0,11
2	2020	-0,9
3	2021	1,94
4	2022	3,74
5	2023	1,35
Promedio	2023	1,204

Nota. Elaboración propia

Tabla 63*Proyección de costos*

Descripción	Costo	Costos		Total,	Costos		Total,	Costos		Total,	Costos		Total,	Costos		Total,
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Casas multifuncionales para gatos																
Materia prima	1.376		1.376	16.512	0	1.393	16.711	0	1.409	16.912	0	1.426	17.116	0	1.443	17.322
Libra de retazos de tela	140		140	1.680	0	142	1.700	0	143	1.721	0	145	1.741	0	147	1.762
PAQ. Hilo 12 unidades	252		252	3.024	0	255	3.060	0	258	3.097	0	261	3.135	0	264	3.172
Cintas y etiquetas biodegradables	864		864	10.368	0	874	10.493	0	885	10.619	0	896	10.747	0	906	10.876
PAQ. 100 unidades Cierres	72		72	864	0	73	874	0	74	885	0	75	896	0	76	906
PAQ. 100 unidades Botón	48		48	576	0	49	583	0	49	590	0	50	597	0	50	604
Mano de Obra	611	611		7.331	618	0	7.884	626	0	7.979	633	0	8.075	641	0	8.173
Sueldo personal de producción	611	611		7.331	618	0	7.884	626	0	7.979	633	0	8.075	641	0	8.173
Costos Indirectos	517	12	505	6.206	12	511	6.281	12	517	6.356	12	523	6.433	12	530	6.510
Alfileres	25		25	300	0	25	304	0	26	307	0	26	311	0	26	315
Luz Eléctrica	460		460	5.520	0	466	5.586	0	471	5.654	0	477	5.722	0	483	5.791
Agua	20		20	240	0	20	243	0	20	246	0	21	249	0	21	252
Depreciaciones	12	12		146	12	0	146	12	0	146	12	0	146	12	0	146
TOTALES	2.504	623	1.881	30.049	631	1.904	30.411	638	1.927	30.777	646	1.950	31.147	653	1.973	31.522

Nota. Elaboración propia

5.3.6 Detalle de Gastos

El cuadro expone detalladamente los gastos mensuales y anuales de una entidad, en el ámbito administrativo incluye sueldos para el personal administrativo, arriendo, suministros de oficina (hojas de impresión, esferos, clips), depreciaciones y amortizaciones de activos, además de servicios básicos como agua y luz. La cifra total de gastos administrativos alcanza las 1.355,78 unidades monetarias al mes, sumando un total anual de 16.269,36 unidades monetarias. Este resumen ofrece una comprensión concisa de los costos asociados con la gestión administrativa de la entidad.

Tabla 64

Detalle de gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos al personal administrativo				785,40	9.424,80
Arriendo				450,00	5.400,00
Suministros de oficina				16,60	199,20
Hojas de impresión	Resma	3,50	1	3,50	42,00
Esferos	Caja	2,80	2	5,60	67,20
Clips	Caja	1,50	5	7,50	90,00
Depreciaciones				20,21	242,48
Activos administrativos				20,21	242,48
Amortizaciones				4,13	49,60
Activos Intangibles				4,13	49,60
Servicios Básicos				79,44	953,28
Agua	m3	0,50	63	31,50	378,00
Luz	KWH	1,41	34	47,94	575,28
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				1.355,78	16.269,36

Nota. Elaboración propia

En los gastos de ventas contienen los sueldos al personal de ventas ascienden a 610.89 mensuales, destacando la inversión en recursos humanos clave para el equipo de ventas. Además, se destinan 100 para actividades de Promoción y Publicidad, evidenciando el compromiso con la visibilidad y promoción de los productos o servicios. En cuanto a las Depreciaciones de venta, estas alcanzan los 22,22,

reflejando el desgaste de activos vinculados a las operaciones de venta. Al considerar los valores anuales, la suma total de estos gastos proporciona una visión integral de la inversión anual en la fuerza laboral, estrategias de marketing y mantenimiento de activos, informando de manera completa sobre la estructura de costos asociada a las actividades de venta. Se describe a continuación el detalle mensual y anual.

Tabla 65

Detalle de gastos de venta

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos al personal de ventas				610,89	7.330,68
Promoción y publicidad				100,00	1200,00
Depreciaciones de venta				22,22	266,65
TOTAL GASTOS DE VENTA	0,00	0,00	0,00	733,11	8.797,33

Nota. Elaboración propia

Los Gastos financieros encierran los intereses y gastos bancarios, los que emergen como componentes esenciales, acumulando un total anual de 1.623,20. Este valor consolidado refleja los costos asociados al financiamiento y la gestión bancaria durante el periodo evaluado. A continuación, se proporciona la desglose mensual y anual.

Tabla 66

Detalle de gastos financieros

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses pagados				82,62	991,48
Gastos bancarios	Dólares			52,64	631,72
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0,00			135,27	1.623,20
TOTAL DE GASTOS				2.224,16	26.689,89

Nota. Elaboración propia

5.3.7 Proyección Gastos

Tabla 67

Proyección de gastos administrativos

Descripción	Gasto	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Sueldos al personal administrativo	785	785	0	9.425	795	0	9.538	804	0	9.652	814	0	9.768	824	0	9.885
Arriendo	450	450	0	5.400	455	0	5.465	461	0	5.530	466	0	5.597	472	0	5.664
Suministros de oficina	17	0	17	199	0	17	202	0	17	204	0	17	206	0	17	209
Hojas de impresión	4	0	4	42	0	4	43	0	4	43	0	4	44	0	4	44
Esferos	6	0	6	67	0	6	68	0	6	69	0	6	70	0	6	70
Clips	8	0	8	90	0	8	91	0	8	92	0	8	93	0	8	94
Depreciaciones	24,34	24,34	0	292.08	24,34	0	292.08	24,34	0	292.08	24,34	0	292.08	24,34	0	292.08
Activos administrativos	20,21	20,21	0	242,48	20,21	0	242,48	20,21	0	242,48	20,21	0	242,48	20,21	0	242,48
Activos intangibles	4,13	4,13	0	49,60	4,13	0	49,60	4,13	0	49,60	4,13	0	49,60	4,134	0	49,60
Servicios Básicos	79	607		953	614		614	621		621	629		629	636		636
Agua	32	32		378	32		32	32		32	33		33	33		33
Luz	48	575		575	582		582	589		589	596		596	603		603
Total	1.356	1.867	17	16.269	1.889	17	16.110	1.911	17	16.300	1.934	17	16.492	1.957	17	16.687

Nota. Elaboración propia

Tabla 68*Proyección de gastos de ventas*

Descripción	Gasto	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Sueldos al personal de ventas	610,89	610,89		7.331	618		7.331	7.419		7.419	7.508		7.508	7.598		7.598
Promoción y publicidad	100,00	100,00		1200	150		1800	200		2400	250		3000	300		3600
Depreciaciones de venta	22,22	22,22		267	22,22		267	22,22		267	22,22		267	22,22		267
TOTAL	733	733	0	8.797	790	0	9.397	7.641	0	10.085	7.780	0	10.794	7.920	0	11.464

Nota. Elaboración propia**Tabla 69***Proyección de gastos financieros*

Descripción	Gasto	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Intereses por pagar	82,62		82,62	991,48		70,44	845,28		55,44	665,23		36,96	443,52		14,21	170,50
Gastos Bancarios	52,64		52,64	631,72		64,83	777,93		79,83	957,97		98,31	1179,68		121,06	1452,70
TOTAL	135,27	0	135,27	1.623,20	0	135,27	1.623,20	0	135,27	1.623,20	0	135,27	1.623,20	0	135,27	1.623,20
TOTALES	2224,16	2.600	152	26.690	2.679	152	27.131	9.552	152	28.009	9.714	152	28.890	9.877	153	29.774

Nota. Elaboración propia

5.4 Plan de Financiamiento

Tabla 70

Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	2.208,23	100,00	30,63
Efectivo	2.208,23	100,00	30,63
Bienes		0,00	0,00
Recursos de terceros	5.000,00	100,00	69,37
Préstamo bancario	5.000,00	100,00	69,37
TOTAL	7.208,23		100,00

Nota. Elaboración propia

Se determina que las fuentes de financiamiento son dos, el préstamo permite hacer frente al 69,37% de los recursos que se requiere para poner en marcha el negocio.

5.5 Cálculo de Ingresos

Tabla 71

Determinación del precio de venta

Productos	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Margen de utilidad %	Margen de utilidad \$	Precio de Venta Unitario
Ropa para mascotas	1.376,00	610,89	517,18	2.504,07	720	100,00%	2.504,07	6,96
TOTALES				2.504,07			2.504,07	6,96

Nota. Elaboración propia

Tabla 72

Cálculo de ingresos

Productos	Precio de venta unitario	Unidades producidas (anuales)	Ingresos del primer año
Ropa para mascotas	6,96	8.640	60.098
TOTALES		8.640	60.098

Nota. Elaboración propia

5.5.1 Proyección de Ingresos

Este análisis se basa en diversas variables, como la demanda del mercado, la estrategia de marketing, el precio de los productos, y otros factores económicos relevantes. Inicialmente, se establecen estimaciones conservadoras que consideren el crecimiento gradual del negocio. A continuación, se presenta un desglose.

Tabla 73
Proyección de ingresos

Productos	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Can	Precio Unitario	Total	Can	Precio Unitario	Total	Can	Precio Unitario	Total	Can	Precio Unitario	Total	Can	Precio Unitario	Total
Ropa para mascotas	8.640	6,96	60.098	8.767	6,96	60.981	8.896	6,96	61.877	9.027	7,06	62.787	9.159	7,06	63.710
TOTAL INGRESOS			60.098			60.981			61.877			62.787			63.710

Nota. Elaboración propia

5.6 Punto de equilibrio

Datos:

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	7.476,81	22.572,00	30.048,81
Gastos de Administración	22.398,24	199,20	22.597,44
Gastos de Ventas	8.797,33	0,00	8.797,33
Gastos Financieros	0,00	1.623,20	1.623,20
SUMAN	38.672,37	24.394,40	63.066,78
Número unidades	8.640,00		
Precio unitario de venta	6,96		
Ingresos totales	60.097,62		

Nota. Elaboración propia

Para determinar el punto de equilibrio se aplicaron las siguientes fórmulas enfocadas en tres ámbitos:

1. En unidades físicas
2. En unidades monetarias

3. En valores relativos (%)

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Fórmula 4

Punto de equilibrio en unidades físicas

$$PEu = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

$$P.E. u = 38.672,37 / 2,82342611$$

$$P.E. u = 9.359 \text{ unidades vendidas al año}$$

Fórmula 5

Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$PE\$ = CF \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

$$P.E. \$ = 38.672,37 / 0,594087034$$

$$P.E. \$ = 65.095,47 \text{ USD en ventas al año}$$

5.424,62 USD en ventas mensuales

Fórmula 6

Punto de equilibrio en valores relativos

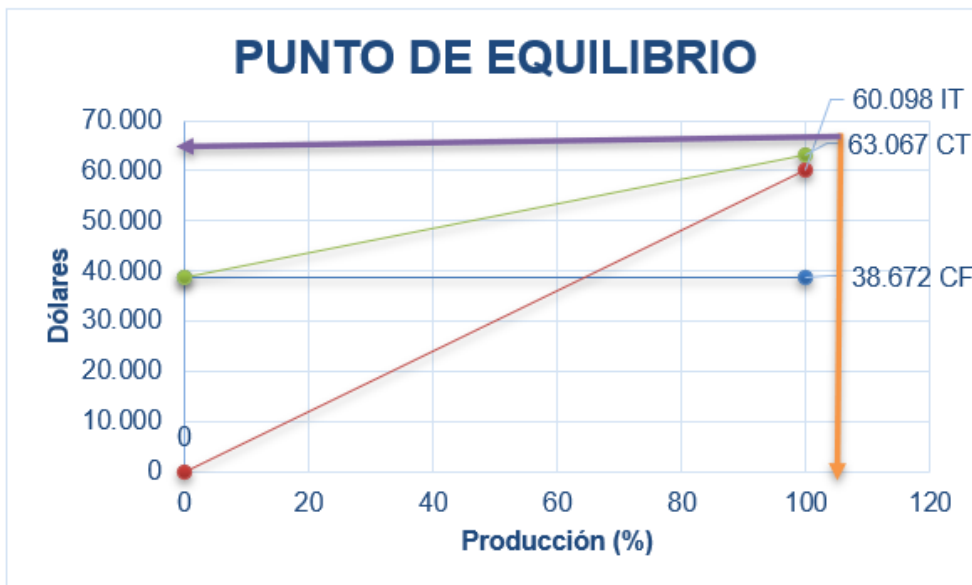
$$PE\% = \frac{PE \$}{IT} 100$$

$$\% P.E. = 65.095,47 * 100 / 60.097,62$$

$$\% P.E. = 108,32\%$$

Figura 3

Punto de equilibrio



Nota. Elaboración propia

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Este informe financiero anticipado presenta las proyecciones de ingresos, costos y gastos, así como las ganancias o pérdidas estimadas. Se fundamenta en análisis detallados que abordan aspectos como la previsión de ventas, márgenes de beneficio, composición de costos, inversiones proyectadas y otros elementos relevantes. El estado de resultados generó un impuesto a la renta debido a que la

utilidad no es inferior a la fracción básica desgravada, según lo proyectado se espera que habrá un margen de utilidad durante los primeros 5 años.

Tabla 74

Estado de resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	60.098	60.981	61.877	62.787	63.710
(-) Costo de Ventas	30.049	30.411	30.777	31.147	31.522
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	30.049	30.570	31.101	31.640	32.188
(-) Gastos de venta	8.797	9.397	10.085	10.774	11.464
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	21.251	21.173	21.015	20.865	20.723
(-) Gastos Administrativos	16.269	16.110	16.300	16.492	16.687
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	4.982	5.063	4.715	4.373	4.037
(-) Gastos Financieros	1.623	1.623	1.623	1.623	1.623
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-) Otros Egresos	0	0	0	0	0
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	3.359	3.439	3.092	2.750	2.413
(-) 15% Participación trabajadores	504	516	464	412	362
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2.855	2.924	2.628	2.337	2.051
(-) Impuesto a la renta	546	535	524	513	501
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.309	2.388	2.104	1.825	1.550

Nota. Elaboración propia

5.8 Flujo de Caja

Tabla 75

Flujo del efectivo

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	7.208	60.098	60.981	61.877	62.787	63.710
Recursos propios	2.208					
Recursos de terceros	5.000					
Ingresos por ventas		60.098	60.981	61.877	62.787	63.710
B. EGRESOS OPERACIONALES	6.674	54.840	56.380	57.157	58.407	59.750
Local	450					
Instalaciones y remodelaciones	650					
Muebles y Enseres	769					
Herramientas	161					
Maquinaria y Equipo	1.300					
Equipo de computación	1.280					
Equipo de oficina	440					

Inventarios	1.376					
Costos de Constitución	248					
Materia prima directa		16.512	16.711	16.912	17.116	17.322
Mano de obra directa		7.331	7.884	7.508	7.599	7.690
Costos indirectos de fabricación		6.206	6.206	6.281	6.356	6.510
Gastos Administrativos		16.269	16.110	16.300	16.492	16.687
Gastos de Ventas		8.797	9.397	10.085	10.774	11.464
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	534	4.982	4.672	4.791	4.450	4.037
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0	0	0
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo						
Aportes de capital						
Aportes para futura capitalización						
Recuperación de inversiones temporales						
Recuperación de otros activos						
Otros ingresos						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	0	2.768	2.799	2.764	2.731	2.698
Pago de créditos a largo plazo		632	778	958	1.180	1.453
Pago de interés en créditos a largo plazo		991	845	665	444	170
Pago de participación de utilidades		504	516	464	412	362
Pago de impuestos		546	535	524	513	501
Otros egresos						
F FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0	-2.673	-2.674	-2.611	-2.548	-2.486
G FLUJO NETO GENERADO (C - F)	534	2.309	1.997	2.180	1.901	1.550
H SALDO INICIAL DE CAJA	0	534	2.843	4.840	7.020	8.921
I SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	534	2.843	4.840	7.020	8.921	10.471

Nota. Elaboración propia

5.9 Evaluación financiera

5.9.1 Indicadores

5.9.1.1 TMAR

Tabla 76

Cálculo de la TMAR

DESCRIPCIÓN	VALOR	% PARTICIPACIÓN	TASA DE RENTABILIDAD	PROMEDIO PONDERADO
Capital Propio	2.208,23	30,63	16,00	4,90
Capital financiado	5.000,00	69,37	21,00	14,57
TOTAL DE LA INVERSIÓN	7.208,23	100,00		19,47

Nota. Elaboración propia

La TMAR del proyecto es de 19,47% lo que indica que es la tasa mínima aceptable que el plan de negocios debe alcanzar para tener rentabilidad.

5.9.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

Fórmula 7

Fórmula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$VAN = \quad \$- 1.460,50$$

5.9.1.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se describe como la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de efectivo generados por el proyecto sea igual a la inversión inicial.

$$TIR = 12,50\%$$

5.9.1.4 Beneficio Costo

Se trata de un índice que facilita la comparación entre los ingresos generados por un proyecto y la inversión realizada. La regla de decisión establece la aceptación del proyecto si la relación es superior a 1:

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

Donde:

VAI = Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC = Valor actual de la inversión inicial

$$B / C = \quad 11,58$$

5.9.1.5 Período de Recuperación

Esta es una métrica de evaluación sencilla que indica el período necesario para recuperar la inversión del proyecto con las ganancias generadas. Se recomienda utilizar el siguiente indicador:

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

La interpretación de este ratio se realizará considerándolo como la cantidad de períodos requeridos para recuperar la inversión.

Donde:

I_0 = es la inversión inicial del proyecto

F = es el valor de los flujos de caja

PR = 2,53694

El periodo de recuperación del proyecto es de dos años, seis meses y trece días.

REFERENCIAS

- Agencia Nacional de Regulación. Control y Vigilancia Sanitaria. (2023). *Emisión de Permiso de funcionamiento para Establecimientos de Productos Higiénicos de Uso Industrial*. Obtenido de [https://www.gob.ec/arcsa/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-productos-higienicos-uso-industrial#:~:text=Para%20llenar%20en%20l%C3%ADnea%20la,actividad\(es\)%20del%20establecimiento.](https://www.gob.ec/arcsa/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-productos-higienicos-uso-industrial#:~:text=Para%20llenar%20en%20l%C3%ADnea%20la,actividad(es)%20del%20establecimiento.)
- Alarcón, G. (2019). La elaboración del mapa de procesos para una universidad ecuatoriana. *Espacios*, 40(19), 4. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n19/a19v40n19p04.pdf>
- Alejaldre, C. (2020). *Fusión nuclear e IFMIF-DONES*. Encuentros Multidisciplinares. Obtenido de <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/revista-64/carlos-alejaldre.pdf>
- Amaya Giraldo, A. I., & Lamilla Cabrera, A. M. (2018). Planta de transformación de plástico recuperado PET, PEAD y PEBD, en la ciudad de Bogotá DC. Bogotá: (tesis de grado, Universidad Distrital “Francisco José de Caldas”). Obtenido de <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/13576/LamillaCabreraAnaMaria2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ambato *LA NUEVA HISTORIA*. (19 de Diciembre de 2023). Obtenido de FORMULARIOS MUNICIPALES: <https://ambato.gob.ec/formularios-municipales/>

- Arias Griñan, N. (2022). Antonio Paniagua, M. (2012). Manual de Corte y Confección. Review. *EduSol*, 22(80), 218-221. Obtenido de scielo.com: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912022000300218
- Arias, I. (2020). Los costos de producción industrial en el Ecuador. *Revista espacios*, 41(7), 8-18. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p08.pdf>
- Arrieta, V., Cervantes, Y., De la Cruz, L., & López, D. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *Económicas CUC*, 42(2), 243–254. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.42.2.2021.Ensy.1>
- Brañez, M., & Uribe, C. (2018). Contaminación de los ambientes acuáticos generados por la industria textil. *Revista Campus*(26).
- Cajigas, M., Ramirez, E., & Ramírez, D. (2019). Capacidad de producción y sostenibilidad en empresas nuevas. *Revista Espacios*, 40(43), 15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p15.pdf>
- CEPAL. (2021). *Cuarto informe sobre el progreso y los desafíos regionales de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1a441acf-eeb3-462e-bf93-f2948a22f0ab/content>
- Coll, C., & De la Rosa, S. (2019). Comportamiento de compra del consumidor de productos para mascotas en Latinoamérica. *Revista Ad-Gnosis*, 7(7). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8703258.pdf>

Cuggia, C. (2020). Manufactura esbelta: una revisión sistemática en la industria de alimentos. *Información tecnológica*, 31(5), 163-172.

Derechos Intelectuales. (19 de Diciembre de 2023). Obtenido de EL NUEVO ECUADOR: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

EL NUEVO ECUADOR. (19 de Diciembre de 2023). Obtenido de ME VOY A EMPRENDER MI NEGOCIO: <https://www.sri.gob.ec/voy-a-emprender-mi-negocio#:~:text=El%20primer%20paso%20para%20realizar,debe%20o%20no%20llevar%20contabilidad.>

Galarza, C. (2022). Sostenibilidad y éxito empresarial. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Ensayos*, 106, 16-27. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232022000500016&script=sci_arttext

Gere, D., & Czigany, T. (2020). Tendencias futuras del reciclaje de botellas de plástico: Compatibilización de PET y PLA. *Pruebas de polímeros*, 81. doi:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0142941819313522>

GOB Portal Unico para Tramites Ciudadanos. (19 de Diciembre de 2023). Obtenido de Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona natural: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Gobierno de la republica del Ecuador. (19 de Diciembre de 2023). *Gobierno del encuentro*. Obtenido de Gobierno del encuentro: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

GOBIERNO DEL ECUADOR. (19 de Diciembre de 2023). *Gob.ec*. Obtenido de Gob.ec: <https://www.gob.ec/gadma/tramites/certificado-uso-suelo>

Google Maps. (2023). Ambato. doi:<https://www.google.com/maps/@-1.248998,-78.6354507,15.5z?entry=ttu>

Hatef, M., & Shukhaila, S. (2019). Consumer Purchase Behavior of Eco-Fashion Clothes As a Trend to Reduce Clothing Waste. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 8(12). doi:https://www.researchgate.net/profile/Mazi-Hatef/publication/338221150_Consumer_Purchase_Behavior_of_Eco-Fashion_Clothes_As_a_Trend_to_Reduce_Clothing_Waste/links/5e08548f299bf10bc380dee6/Consumer-Purchase-Behavior-of-Eco-Fashion-Clothes-As-a-Trend-to-Redu

IESS. (19 de Dicimebre de 2023). Obtenido de INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL : <https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>

INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>

Instituto ecuatoriano de seguridad social. (2022). *DECRETO EJECUTIVO 2393 REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO*. Ecuador: Iess.

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL. (19 de Diciembre de 2023). Obtenido de IESS:

<https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>

Loncaa, G., Lesage, P., Majeau, G., Bernard, S., & Margni, M. (2020). Assessing scaling effects of circular economy strategies: A case study on plastic bottle closed-loop recycling in the USA PET market. *Resources, Conservation and Recycling*, 162.

doi:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S092134492030330X>

Majumdar, A., Shukla, S., Anjali, A., & Arora, S. (2020). Moda circular: propiedades de los tejidos fabricados a partir de botellas de tereftalato de polietileno (PET) recicladas mecánicamente. *Recursos, Conservación y Reciclaje*, 161.

doi:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344920302330>

Ministerio de Trabajo. (19 de Dicimebre de 2023). Obtenido de SERVICIOS EN LINEA: <https://www.trabajo.gob.ec › servicios-en-linea>

Navarro, N., González, D., & Soler, R. (2023). Análisis estratégico con enfoque prospectivo. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(1), 140-151.

doi:<https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/download/609/615>

Nova, L. C., Moreno, S. M., & Moreno, L. A. (2020). Modelos de gestión estratégica: estudio exploratorio en PyMEs manufactureras de la Provincia

- de Sugamuxi (Colombia). *Revista Espacios*, 41(41), 798, 1015.
doi:<https://www.revistaespacios.com/a20v41n41/a20v41n41p17.pdf>
- Orozco, I. (2021). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac journal*, 20(1).
doi:https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2683-26902020000100076
- Pacheco, D. (2019). Gestión de inventario en empresas distribuidoras de materia prima del sector panadero en el estado Zulia. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUE*, 3(11), 188-201. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/journal/6219/621968032003/621968032003.pdf>
- Pujol Bengoechea, B. (. (1999). *DICCIONARIO DE MARKETIN*. Madrid, España: Ed. Cultural., Madrid.
- REDATAM. (2023). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?BASE=CPV2010>
- Sanmartin, N. (2021). Diseño de flujogramas en el sector Cooperativo-Economía Popular y Solidaria para la mejora de procesos. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(9), 1545-1566. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094573>
- Shojaei, B., Abtahi, M., & Najafi, M. (2020). Chemical recycling of PET: A stepping-stone toward sustainability. *Polymers for Advanced Rechnologies*, 31(12), 1-27.
doi:<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/pat.5023>

- Telas del Pozo Hogar . (2018). *Fibras textiles: Los distintos tipos y sus características*. Obtenido de Telas del Pozo Hogar : <https://www.telasdelpozohogar.com/blog/fibras-textiles/>
- Urruty, L. (2008). *Reciclaje textil local*. Cuenca - Ecuador: UR. FARQ-EUCD. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12008/4747>
- Zhang, R., Tian, X., Zhai, Y., & Zhang, T. (2020). Reciclaje de botellas de PET en China: un estudio de caso de ACV combinado con LCC sobre producción de mantas a partir de botellas de PET de desecho. *Revista de Gestión Ambiental*, 2060. doi:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0301479719317803>

Anexos

Anexo 1

Encuesta para Dueños de Mascotas

Pregunta 1: ¿Tiene una mascota? (Opcional, si no posee el encuestado no deberá responder las siguientes preguntas)

- Sí
- No

Pregunta 2: ¿Le compraría ropa a su mascota?

- Sí
- No
- No estoy seguro

Pregunta 3: ¿Qué tipo de mascota tiene?

- Perro
- Gato
- Otro (especificar)

Pregunta 4: ¿Le importa que la ropa para mascotas esté hecha de materiales reciclados?

- Sí, es importante
- No, no es importante
- No estoy seguro

Pregunta 5: ¿Qué considera más importante al elegir ropa para su mascota?

- Precio
- Calidad
- Diseño
- Sostenibilidad

Pregunta 6: ¿Qué tipo de mascota tiene? (Puede seleccionar múltiples opciones)

- Pequeña (por ejemplo, chihuahua)
- Mediana (por ejemplo, labrador)
- Grande (por ejemplo, gran danés)

- Otro (especificar)

Pregunta 7: ¿Le gustaría que la ropa para su mascota fuera duradera y resistente?

- Sí
- No
- No estoy seguro

Pregunta 8: ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por ropa para su mascota hecha de materiales reciclados?

- Sí
- No
- No estoy seguro

Pregunta 9: ¿Comprar ropa para su mascota es una decisión que tomaría por su cuenta o buscaría la opinión de un veterinario?

- Decidiría por mi cuenta
- Buscaría la opinión de un veterinario
- No estoy seguro

Pregunta 10: ¿Cómo se entera normalmente de productos para mascotas, como ropa y accesorios?

- En línea (redes sociales, tiendas en línea)
- En tiendas físicas
- Recomendaciones de amigos o familiares
- A través de su veterinario
- Otro (especificar)

Anexo 2

Entrevista para Veterinarios

Pregunta 1: ¿Cuál es su experiencia en tratar a mascotas que usan ropa? ¿Qué observaciones ha realizado en cuanto a su salud y bienestar?

Pregunta 2: ¿Cuáles son las necesidades y restricciones que considera importantes al recomendar o aprobar el uso de ropa para mascotas?

Pregunta 3: ¿Ha notado diferencias en el comportamiento de las mascotas cuando usan ropa de diferentes materiales? ¿Cuáles son esas diferencias?

Pregunta 4: ¿Qué beneficios ve en el uso de prendas para mascotas? ¿En qué situaciones podría ser especialmente beneficioso?

Pregunta 5: ¿Qué opina sobre el uso de materiales reciclados en la ropa para mascotas en cuanto a sostenibilidad y salud de las mascotas?

Pregunta 6: ¿Ha tenido experiencia con mascotas que han tenido reacciones adversas a la ropa de ciertos materiales? Si es así, ¿cómo manejó esas situaciones?

Pregunta 7: ¿Qué consejos daría a los dueños de mascotas que desean vestir a sus animales con ropa? ¿Qué factores deben considerar al elegir la ropa adecuada?

Pregunta 8: ¿Cree que la ropa para mascotas crece en su práctica y en la industria de las mascotas?

Pregunta 9: ¿Qué alternativas a la ropa tradicional para mascotas conoce que pueden ser beneficiosas para su salud y bienestar?

Pregunta 10: ¿Cómo se informa sobre nuevos productos relacionados con mascotas y cómo decide recomendarlos a sus clientes?

Estas preguntas ayudarán a recopilar información valiosa de los dueños de mascotas y veterinarios, lo que le permitirá entender mejor el mercado y adaptar su negocio de ropa para mascotas de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes.

Cotización



\$80

Mesas de trabajo

Riobamba, Chimborazo



\$2

Reglas para corte y confección

Quito, Pichincha



\$20

TIJERAS

Quito, Pichincha



\$220 ~~\$275~~

Maquina de coser Recta industrial

Pujili, Cotopaxi



\$300

Máquina de coser computarizada Brother XR3240.

Ambato. Tunurahua



\$2.100

Maquina bordadora de 12 agujas marca
RICOMA. 2.100 dólares

Quito, Pichincha



\$15

Máquina de coser Overlock Jack - 5 hilos
Ambato, Tungurahua