

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS DE RECREACIÓN DE
MASCOTAS. IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADO CANINO,
UBICADO EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

AUTORA:

MAYRA ALEJANDRA TORRES QUISHPE

TUTOR:

ING. GALO CISNEROS

Quito – Ecuador

ABRIL 2013



RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se basa en la implementación de un Centro de Cuidado Canino en el sector de Ponciano, a falta de este servicio ha causado que la población no tengan donde acudir cuando sus canes tengan necesidades.

El objetivo fundamental es planificar y realizar un estudio de factibilidad para establecer este servicio, por medio del método inductivo y deductivo permitirá la atención oportuna con personas especializadas en el área.

El valor agregado que se va a otorgar en el servicio es que los canes estén completamente seguros y encuentren un lugar lleno de entretenimiento y recreación con los especialistas y también junto con sus dueños para que realicen actividades de cuidado canino especial.



EXECUTIVE SUMMARY

This project is based on the implementation of a canine care center in Ponciano sector, the absence of this service has caused the population have no where to turn when their dogs have needs.

The main objective is to plan and conduct a feasibility study to establish this service through inductive and deductive method allow timely attention skilled in the area.

The added value is to provide the service is that the dogs are completely safe and find a place of entertainment and recreation with specialists and also along with their owners to perform special canine care activities.



CESIÓN DE DERECHOS

Quito, 30 de Abril del 2013

Yo, Mayra Alejandra Torres Quishpe alumno de la Escuela de Administración de Empresas reconozco que el presente proyecto es de mi autoría, pero los derechos de propiedad intelectual pertenecen al Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

.....

TORRES QUISHPE MAYRA ALEJANDRA



DEDICATORIA

Quiero dedicarle este proyecto
A la persona que siempre ha
Estado en los momentos felices y
Difíciles de mi vida, a mi mamá

Susana Quishpe



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por todo
el apoyo incondicional que me
brindaron en el proceso de elaboración
del proyecto de grado



INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	2
EXECUTIVE SUMMARY	3
CESIÓN DE DERECHOS	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
INDICE	7
INDICE GRAFICOS	10
INDICE TABLAS	11
INTRODUCCIÓN.....	12
 CAPITULO I	 13
El problema	13
1.2.- Formulación del Problema.....	13
1.3.- Delimitación del Problema.....	14
1.4.- Objetivos.....	16
1.5.- Justificación e Importancia del Tema y del Proyecto.....	16
 CAPÍTULO II.....	 18
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1.- Antecedentes.....	21
2.2.- Fundamentación Científica	21
2.3.- Marco Referencial.....	27
2.3.1.- Misión.....	27
2.3.2.- Visión.....	27
2.3.3.- Objetivos Corporativos	27
2.4.- Políticas.....	28
2.5.- Productos y Servicios.....	28
2.6.- Aspectos Legales.....	28
2.6.1.- Marco legal.....	29
2.7.- Análisis FODA.....	32
2.8.- Desarrollo de la distribución	33
2.9.- Conceptualización de las variables	33
2.9.1.- Preguntas Directrices.....	34
2.9.2.- Glosario de términos.....	34
 CAPITULO III.....	 36
METODOLOGÍA.....	36
3.1.- Tipos de investigación.....	36
3.2.- Métodos de Investigación.....	36
3.3.- Población y muestra.....	37
CAPÍTULO IV	40
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	40



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

4.1.- Tabulaciones	40
CAPÍTULO V	50
LA PROPUESTA	50
5.1.- Estudio Macro Entorno y Micro Entorno.....	50
5.2.- Estudio de mercado.....	56
5.3.- Determinación de la demanda y de la oferta.....	57
5.4.- Evaluación técnica	62
5.4.1.- Determinación del tamaño del proyecto.....	62
5.4.2.- Recursos humanos	62
5.4.3.- Equipamiento e infraestructura.....	63
5.4.4.- Ingeniería del proyecto.....	63
5.4.5.- Flujo de Procesos.....	64
5.5.- Estructura organizacional.....	65
5.6.- Marketing del proyecto	66
5.6.1.- Objetivo General	66
5.6.2.- Objetivos específicos.....	66
5.6.3.- Estrategias comerciales.....	66
5.7.- Ingresos del proyecto.....	66
5.7.1.- Ingresos operacionales.....	67
5.7.2.- Ingresos no operacionales.....	67
5.8.- Costos del proyecto.....	68
5.8.1.- Costos indirectos.	68
5.8.2.- Gastos de ventas.....	68
5.8.3.- Gastos.....	69
5.9.- Evaluación financiera	69
5.9.1.- Inversión del proyecto	70
5.9.2.- Financiamiento del proyecto.....	71
5.9.3.- Flujo de caja.....	72
5.9.4.- Punto de equilibrio.....	73
5.9.5.- Valor actual neto (VAN)	75
5.9.6.-Tasa interna de retorno (TIR)	75
5.9.7.- Análisis de Indicadores.....	76
5.9.8.- Análisis financiero final.....	77
CAPITULO VI.....	78
EL Análisis.....	78
6.1.- Análisis de impacto	78
6.1.1.- Impacto económico	78
6.1.2.- Impacto social	78
6.1.3.- Impacto ambient.....	79
6.2.- Cronograma final del proyecto.....	79
6.3.- Presupuesto del proyecto.....	80
6.4.- Conclusiones y Recomendaciones.....	81



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

6.4.1.- Conclusiones	81
6.4.2.- Recomendaciones	82
6.5.- Anexos del proyecto	82



ÍNDICE DE GRAFICOS

<u>Grafico#1</u>	15
<u>Grafico#2</u>	40
<u>Grafico#3</u>	41
<u>Grafico#4</u>	42
<u>Grafico#5</u>	43
<u>Grafico#6</u>	44
<u>Grafico#7</u>	45
<u>Grafico#8</u>	46
<u>Grafico#9</u>	47
<u>Grafico#10</u>	48
<u>Grafico#11</u>	49
<u>Grafico#12</u>	51
<u>Grafico#13</u>	52
<u>Grafico#14</u>	53
<u>Grafico#15</u>	54



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla#1.....	14
Tabla#2.....	33
Tabla#3.....	37
Tabla#4.....	40
Tabla#5.....	41
Tabla#6.....	42
Tabla#7.....	43
Tabla#8.....	44
Tabla#9.....	45
Tabla#10.....	46
Tabla#11.....	47
Tabla#12.....	48
Tabla#13.....	49
Tabla#14.....	57
Tabla#15.....	57
Tabla#16.....	58
Tabla#17.....	58
Tabla#18.....	59
Tabla#19.....	60
Tabla#20.....	60
Tabla#21.....	61
Tabla#22.....	62
Tabla#23.....	63
Tabla#24.....	64
Tabla#25.....	65
Tabla#26.....	66
Tabla#27.....	68
Tabla#28.....	68
Tabla#29.....	69
Tabla#30.....	70
Tabla#31.....	71
Tabla#32.....	72
Tabla#33.....	73
Tabla#34.....	74
Tabla#35.....	75
Tabla#36.....	80
Tabla#37.....	81



INTRODUCCIÓN

El presente proyecto consiste en la implementación de un Centro de Recreación Canina, uno de los principales factores para el desarrollo de este proyecto es por la falta de un centro donde los propietarios puedan acudir en base a las necesidades del can.

En base a una investigación se puede determinar la aceptación en el mercado, y se requiere otorgar recreación y entretenimiento, la creación contará con áreas verdes, la infraestructura adecuada para brindar un servicio que impacte confianza en el cliente y personal especializado que realice las actividades que se pretende generar.



CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Planteamiento del Problema

A falta de un centro de cuidado canino en el sector de Ponciano, ha causado que su población no tenga donde acudir cuando sus canes tengan necesidades de este tipo, por esta razón se ha motivado a implementar un Centro que se dedique a la recreación de los canes, con especialistas en el área y así cumplir con las necesidades expuestas.

La disponibilidad de dicho centro permitirá la atención oportuna a los canes que lo necesiten. Se requiere de un centro con áreas especializadas dependiendo de cada tipo de atención que el mismo tipo prestará.

A este centro se suma la necesidad de prestar una correcta organización de los canes que llegan a una edad terminal, se centrará en el hospedaje de canes cuando los dueños lo necesiten; también cuenta con la suficiente área para recreación y entretenimiento.

Al momento el sector de Ponciano no cuenta con esta infraestructura necesaria para el cuidado de canes.



En la investigación se ha comprobado que existe en Quito el Centro de Adiestramiento Canino de la Policía, el mismo que no está enfocado en que la personas dejen a sus mascotas para el cuidado.

Con el pasar del tiempo las personas han tomado conciencia en el cuidado que se debe prestar a sus mascotas, es por esta razón que se realizará el proyecto de la creación de un Centro de Cuidado Canino; donde su principal objetivo es llegar a ser el más importante y reconocido en el sector.

Los canes encontrarán un lugar acogedor, con áreas verdes que les permitirá socializarse entre ellos. Ya que el centro va estar enfocado al cuidado canino.

Causas y efectos

CAUSAS	EFFECTOS
Falta de un Centro de Cuidado canino.	Provocaría hiperactividad.
No educar tempranamente al can.	Producir daños irreparables.
No recibir una alimentación adecuada.	Perder peso y afecciones secundarias.
Maltrato	Apatía y agresividad.
No disponer un centro cercano.	Gastos de movilidad.

TABLA#1

1.2.- Formulación del Problema

¿Cómo influye la implementación de un Centro de Cuidado Canino en el sector de Ponciano?

1.3.- Delimitación del Problema



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

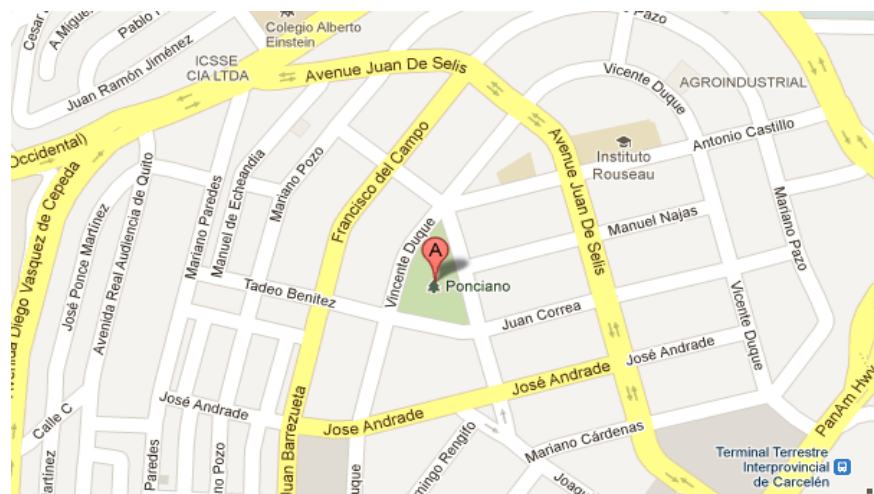
La investigación se realizará en el Instituto Cordillera, que trata sobre un Centro de Recreación Canina y la misma que se proyecta desde Octubre del 2012 hasta Abril del 2013.

El proyecto será evaluado, para encontrar la factibilidad de ubicarlo en el sector norte de Quito, es un lugar que cuenta con acceso al mercado, ya que en el sector se encuentra gran número de familias que poseen canes.

Para situar el proyecto en la zona norte y específicamente en el sector de Ponciano se ha tomado como objetivo lo que Sapag Chain (2003) recomienda en su libro: “el objetivo es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideren factibles”; la evaluación de la localización, el método cualitativo por puntos y para este efecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

- Densidad de población del estrato seleccionado (tipo a y b)
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos

De las tres zonas posibles (San Isidro del Inca, San Carlos y Ponciano), el proyecto se hallara ubicado dentro de la zona norte como nos muestra el mapa en la zona de Ponciano:



GRAFICO#1



1.4.- Objetivos

Los objetivos son una parte fundamental en este proyecto, porque guían a la misma, con el objeto de resolver el problema

1.4.1.- Objetivo General

Planificar y realizar un estudio de factibilidad para establecer un Centro de Recreación Canina para el cuidado de las mascotas.

1.4.2.- Objetivos Específicos:

- Determinar la cantidad de familias que poseen perros en Quito.
- Establecer la cantidad de canes que ingresarán en la Infraestructura del Centro.
- Determinar nuestros posibles competidores dentro de la localización planteada.
- Establecer la cantidad de mascotas que tenemos como mercado en el lapso de 5 años.
- Planificar y organizar la implementación del centro de cuidado canino.

1.5.- Justificación e Importancia del Tema y del Proyecto

La planificación y realización de este centro tiene la finalidad de transformar la realidad que se desenvuelve el ámbito local, de modo que el colectivo humano tenga la facilidad de acceder al mismo contribuyendo así al progreso del entorno, de una oportunidad de controlar mediante este centro pensando en su bienestar.

En la actualidad las personas están obligadas a llevar una vida muy apresurada por todos los contratiempos y no les permite compartir tiempo con sus mascotas, lo que ocasiona que muchas veces las mismas se vuelvan agresivas.

Esta iniciativa de negocios comprende el hecho de que se pueden lograr aperturas a nuevas fuentes de trabajo contribuyendo a un bienestar familiar más propio y que personas especializadas cuiden de una manera apropiada a los canes.



Al crear un impacto en el mercado, el Centro buscará reconocimiento y podrá lograr una ventaja competitiva. Con un buen manejo en las instalaciones, tecnología, y con el apoyo de cada empleado en las diferentes áreas, se romperán viejos esquemas, con el objetivo de alcanzar altos.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes

En el proceso de investigación hemos tomado en cuenta algunos factores muy importantes entre ellos el trabajo que se viene dando por parte de organismos del estado, y entre otras iniciativas n el campo privado. A continuación un breve resumen de lo que pasa en nuestro contexto.

2.1.1.- Antecedentes en Ecuador

Grupo Can y Cultura, es el primer Multi Medio Ecuatoriano especializado en perros y está comprometido con la formación del conocimiento más profundo del mundo canino, a través de su contenido totalmente ético y con responsabilidad social.

Desde hace un año atrás el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, y el Ministerio de Salud emitieron un Reglamento de Tenencia Responsable de Mascotas.

En este cuerpo legal se dispone que todos los propietarios de perros identifiquen a sus mascotas y sean incluidas en el Sistema de Identificación de Mascotas del Ministerio de Salud Pública del Ecuador y Agro calidad.



Con relación a este tema, desde algunos años atrás, Can y Cultura lleva adelante una campaña de responsabilidad social sobre Manejo y Tenencia Responsable de Mascotas con la participación de la comunidad en la ciudad de Quito; a los programas de Medicina preventiva y Socialización canina se incorpora ahora el de Identificación

La identificación con microchip no es un lujo al que pocos propietarios de mascotas tienen acceso, es más bien el ejercicio de una propiedad responsable que no solo cumple con legalizar a la mascota sino que a su vez previene en un gran porcentaje su pérdida, robo o secuestro proveyéndole de una identificación segura y única que se constituye en la prueba irrefutable de la propiedad del ejemplar; también permite que el propietario, veterinario o autoridad competente acceda a su registro de salud veterinaria individual que estará en línea y actualizado por el Médico Veterinario encargado del procedimiento. El valor por este servicio es de 15 USD, que incluyen además del microchip de identificación implantado, un Certificado de Propiedad en el cual constarán tanto los datos del propietario como los de la mascota, un práctico carnet de identificación con fotografía, envío de la fotografía por correo electrónico, inclusión en la base de datos de Can y Cultura.

Protección Animal Ecuador nació en el corazón de un grupo de personas preocupadas por el sufrimiento y abuso que los seres humanos de manera voluntaria o involuntaria, infringen a los animales. El programa de adopciones de PAE, tiene como objetivo ubicar a los animales rescatados, abandonados y/o maltratados, en un hogar seguro y estable donde morar el resto de su vida. (DONOSO, 2003)

2.1.2.- INVESTIGACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES

En este punto se ha tomado como resumen a varios proyectos e iniciativas que se han dado por parte de estudiantes de diversas universidades, dentro del campo veterinario y de negocios, estas iniciativas marcan un camino, para futuros emprendimientos y son tomadas para esta investigación referencias tanto en metodología como en conceptos; a



continuación un breve resumen de una iniciativa de los estudiantes de la escuela de relaciones públicas de la Universidad tecnológica equinoccial (2007):

Tema: “COMUNICACIÓN GLOBAL EN LAS FUNDACIONES DE PROTECCIÓN A LOS ANIMALES DOMÉSTICOS PARA POTENCIAR SUS ACTIVIDADES FILANTRÓPICAS EN LA CIUDAD DE QUITO. **CASO:** FUNDACIÓN PROTECCIÓN ANIMAL ECUADOR (PAE)”

Autor: TORRES ALMEIDA GABRIELA PAULINA

Método utilizado: inductivo-deductivo, analítico y estadístico.

Resumen Ejecutivo: El Ecuador no tiene una cultura de respeto a la naturaleza. No existe una legislación que proteja verdaderamente a los animales y que penalice a sus agresores. En este contexto, las fundaciones de protección a los animales, se ven obligadas a trabajar a contracorriente, sin contar con el apoyo gubernamental y social que requieren.

En términos de comunicación, la carencia de un plan estructurado de comunicación y de promoción de las actividades que realizan las fundaciones de protección a los animales domésticos en la ciudad de Quito, dificulta el que la comunidad colabore con sus programas de ayuda.

Sus acciones de comunicación son aisladas y no logran convencer a la comunidad sobre su filosofía. El desorden en la comunicación entorpece la persuasión que ésta podría generar en los públicos y a la larga podría destinar a las fundaciones al olvido y desaparición.

Así mismo, la comunicación para con su voluntariado es deficiente y poco coordinada, lo que ha llevado a muchos voluntarios a desvincularse de la fundación y a perder el interés en colaborar con sus actividades. (TORRES, 2007)

Otro proyecto que se ha tomado de base es el realizado por los estudiantes de la Universidad Católica de Quito (2007) en la facultad de ingeniería comercial:

Tema: Plan de negocios para la implementación de un centro integral para la atención y cuidado de mascotas Happy Pets



Autores: Lorena Patricia Benavides Rodríguez, Julia Lorena Bracho Vergara

Metodología Utilizada: Método Analítico

Resumen Ejecutivo: Con el pasar del tiempo las personas han tomado conciencia en el cuidado que se debe prestar a sus mascotas, es por esta razón que se realizará el proyecto de la creación de un Centro Integral para Macotas “Happy Pets”; donde su principal objetivo es llegar a ser el más importante y reconocido del país. La empresa será constituida por cuatro socias, que tienen como principal inspiración, las mascotas y el deseo de tener su propia empresa, con el propósito de plasmar sus conocimientos en cada una de las actividades que se realizarán en este Centro Integral, viviendo día a día la responsabilidad de sacar adelante su proyecto. Happy Pets estará enfocado únicamente en la atención integral de perros y gatos, para los cuales brindará una completa gama de servicios como por ejemplo; hospedaje, veterinaria, transporte puerta a puerta, adiestramiento, spa, paseos y caminatas, entre otros; con los mejores productos que el mercado ofrece, definiendo un servicio en términos de cooperación, enmarcada por el respeto a los clientes internos, externos y colaboradores. (BENAVIDES & BRACHO, 2007)

2.2.- Fundamentación Científica

2.2.1.- Historia del perro doméstico

Todas las razas actuales de perro doméstico proceden del **lobo gris**. La historia de cómo esos primeros lobos establecieron una relación amistosa con los humanos hace unos 15.000 años, es uno de los ejemplos más sorprendentes de la influencia humana en la aparición de nuevas razas de otra especie. Ahora, un estudio genético aparecido en la revista **Nature** aclara el origen de los primeros perros, y demuestra que las distintas razas pueden clasificarse por sus peculiaridades genéticas.

Investigadores de California, en colaboración con colegas de otros centros de investigación de todo el mundo, han analizado **48.000 variantes genéticas** en más de novecientos perros (pertenecientes a **85 razas** distintas) y en más de **doscientos lobos grises** de diversas regiones del planeta. Los resultados indican que los perros actuales proceden de lobos grises que fueron domesticados en el **Oriente Medio**. Esto contrasta



con los resultados obtenidos hace unos años al analizar el ADN mitocondrial, que sugerían un origen en el lejano oriente, en alguna región de China.

Además, este nuevo análisis genético permite clasificar todas las razas de perros **en dos grandes grupos**: uno corresponde a las razas "antiguas", mientras que el otro grupo incluye todas las razas que aparecieron a partir del siglo XIX, cuando se extendió la práctica de hacer cruces controlados entre distintas variedades. Dentro de cada uno de estos grupos, las razas con mayor parecido genético también comparten características físicas o comportamientos similares (como la técnica utilizada para cazar), lo cual ha sorprendido a los científicos. (NOVO, 2010)

2.2.2.- Raza de perros

Hace muchos años empecé a estudiar a los perros de raza en sus países de origen y siempre que era posible intentaba verlos llevando a cabo las tareas para las que se los empleaba originalmente. No tarde en darme cuenta de lo profundamente que su trabajo y su convivencia con el hombre acabaron por marcar su carácter y su comportamiento.

Si miro hacia atrás y traigo a la memoria mis recuerdos de las décadas en que convivido con perros me doy cuenta de lo mucho que han cambiado nuestras condiciones de vida y el papel de los perros. La aceptación de este animal como un miembro más del núcleo familiar es algo que ha surgido en estos últimos años. Ahora lo encontramos muy normal, pero antes era muy raro que un perro viviese dentro de una casa, y los más grandes siempre estaban en el exterior. Se los cuidaba según la tradición, y los estudios sobre comportamiento canino estaban todavía en sus inicios. Y esta nueva y estrecha relación con los perros ha hecho que surja problemas y conflictos que antes simplemente no existían. Nos llevamos a casa animales que estaban destinados a realizar un determinado trabajo, pero no se lo dejamos hacer. Al permitir que el perro conviva con nosotros en la misma morada, automáticamente lo estamos asignando el papel de un miembro más de la manada.

El perro es el animal doméstico más antiguo y ha influido mucho en el desarrollo de nuestra cultura. El hombre empezó a convivir con él en épocas muy remotas y pronto



empezó adiestrarlo y criarlo para los más diversos cometidos, pero es difícil saber hasta qué punto influyó en él su apariencia física. Hace solo unos ciento cincuenta años que se crían perros con la intención de que se ajusten a unos cánones ideales preestablecidos. Y eso es más que una mínima parte de nuestra historia en común.

Una de las principales ventajas de un perro de raza es que podemos saber con bastante seguridad cuál será su aspecto y su carácter al llegar a adulto. Naturalmente al tratarse de un ser vivo siempre pueden haber ligeras variaciones por lo que respecta a carácter, personalidad y morfología.

Si se desea un perro de unas características muy concretas, lo mejor es adquirir un perro de raza. Los mestizos siempre son un paquete sorpresa y de ningún modo son más sanos o menos problemáticos que los de raza populares, como los que muchas veces se ofrecen en los anuncios clasificados de los periódicos.

También hay que tener claro que adoptar por compasión a un perro abandonado o sin dueño puede acarrear muchos problemas imprevistos. ¡No basta con tener buenas intenciones! No todo el mundo está dispuesto a adaptar su vida a la convivencia con un perro difícil.

Otra gran ventaja de los perros de raza es que se puede contar con el apoyo y el asesoramiento de numerosas asociaciones caninas que también organizan certámenes y competiciones. Una de las labores de las asociaciones de criadores de perros de raza consiste en controlar la crianza y garantizar la pureza de las razas. (KRAMER, 2006)

2.2.3.- Cuidados de salud para el bienestar de perros y gatos

Si existen conocimientos y métodos para evitar la enfermedad y el sufrimiento es absurdo no utilizarlos. Los veterinarios ven a diario mascotas que sufren. La obesidad y las dietas inadecuadas, la enfermedad dental, el precario control antiparasitario, los problemas



físicos relacionados con la cría, las alteraciones de comportamiento y otras muchas situaciones no son realmente enfermedades, sino una alteración del bienestar o de la salud de nuestras mascotas.

Los veterinarios tienen los conocimientos y los métodos para evitar este sufrimiento. Tiene la habilidad y la formación necesaria, y además tienen la responsabilidad del cuidado de los animales. Tanto desde el punto ético como moral, todo esfuerzo veterinario debe ir encaminado hacia la prevención de la enfermedad y el sufrimiento, y a promover el cuidado de la salud en los animales: promover lo mejor para la mascota.

La asistencia sanitaria y el bienestar no es una opción. Como resultado de una mejor protección contra las enfermedades mortales mediante la vacunación, una mejor nutrición y un mejor control de los parásitos, las mascotas ahora viven más tiempo. La esperanza de vida se ha incrementado de forma que, por ejemplo, el cuidado de las mascotas viejas es una necesidad real se requiere un conocimiento especializado y métodos para el tratamiento de las enfermedades geriátricas. El objetivo de la asistencia sanitaria de la mascota mayor no es curar sino ayudarla a llevar una vida lo más confortable y completa posible.

El hecho que la relación entre los propietarios y sus mascotas este cambiando significa que estos quieren que tengan una vida más larga y saludable. En muchos casos, las mascotas son tan importantes para ellos como las personas, y a menudo sustituyen a la familia.

La asistencia sanitaria y el bienestar van más allá de que es solo la medicina preventiva ya que tiene en cuenta todo el historial de la mascota y su medio ambiente en relación con su salud. El objetivo es conseguir mascotas más sanas física y mentalmente que disfruten de la vida y que el tenerlas sea un placer.



Las mascotas desempeñan diferentes funciones a lo largo de las diversas funciones a lo largo de las diversas etapas de la vida de las personas. De la misma forma pueden ser algo diferente para cada miembro de la familia (una compañía u otro hijo para la madre, un motivo para hacer ejercicio para el padre, un compañero de juegos o un amigo para el hijo, un nieto para los abuelitos).

Creemos que las mascotas nos proporcionan compañía, amistad y felicidad. También hacen que nos sintamos seguros (especialmente de noche y si vivimos solos. Nos hacen sentir importantes y aumenta nuestro autoestima y algunas veces, desafortunadamente padecen nuestras hostilidades actuando como chivos expiatorios. Además juegan con nosotros y despiertan en muchos adultos el niño que llevamos dentro. Pero sobre todo, las mascotas hacen que amemos y seamos amados. (JEVRING & CATANZARO, 2002)

2.2.4.- Psicología del Aprendizaje y Adiestramiento del perro

2.2.4.1.- Hiperactividad

En realidad existen muy pocos casos de verdadera hiperactividad canina. Los perros verdaderamente hiperactivos muestran una respuesta paradójica a las anfetaminas, administrándole anfetamina se comprueba (transcurrido un lapso de tiempo de alrededor de media hora) que disminuye el ritmo cardíaco y la frecuencia respiratoria: por lo tanto, el grado de actividad del perro disminuye notablemente y el perro se tranquiliza.

El exceso de energía nerviosa con aumento del ritmo cardíaco, la frecuencia respiratoria, salivación, movimiento constante, falta de atención, etc.; independientemente de que sea un caso de hiperactividad real o no, está directamente relacionado con las emociones y, generalmente, el perro lo aprendió por reforzamiento involuntario por parte de los dueños o se debe a que el perro lo ha aprendido por reforzamiento involuntario por parte de los dueños o se debe a que el perro está desestabilizado emocionalmente por alguna razón.



Estos perros suelen manifestar incapacidad para ser adiestrados, no son capaces de relajarse en ambientes neutros y pueden presentar reacciones agresivas si se sienten presionadas.

No es el motivo ni la intención de este artículo determinar la causa, las pautas de prevención ni establecer las técnicas de modificación conductual, sino intentar averiguar lo que las esencias del sistema floral del Dr. Bach pueden hacer al respecto. (PARAMIO, 2010)

2.2.5.- Alimento y racionamiento

La nutrición animal es una ciencia con una evolución muy importante en los últimos años, tanto en forma cualitativa (conocemos mejor las necesidades de los animales con los que trabajamos) como de forma cuantitativa (disponemos de información sobre más especies animales).

En los alimentos para perros se calcula su energía como energía metabolizable, valorando la aportada por su contenido en proteína, materia grasa y materias extractivas libres de nitrógeno, siendo estas últimas, básicamente, hidratos de carbono.

Los perros son animales carnívoros y, como tales, tienen gran capacidad para transformar la proteína en energía sin los problemas de exceso de residuos nitrogenados, como ocurre en el hombre.

La materia grasa es la mayor fuente de energía que tiene un alimento para perros, siendo el contenido en energía de está más del doble que el aportado por las proteínas o los hidratos de carbono.

El aporte de energía con hidratos de carbono debe ser moderado, dado que la capacidad de los perros para digerirlos es bastante baja.



No se toma en consideración el valor de los aportes de fibra, pues la capacidad de los perros para digerirla es prácticamente nula, siendo, por tanto, un diluyente de la ración, actúa eso sí, como mejorador del tránsito intestinal, pero debemos limitarla en cantidad, pues puede llegar a deprimir la digestibilidad de las proteínas. (BUXADÉ, 1995)

2.3.- Marco Referencial

2.3.1.- Misión

Brindar el servicio de cuidado y recreación para mascotas con gran capacidad profesional, permitiendo desarrollar la potencialidad de las mascotas y hacerles sentir a nuestros como una parte fundamental de nuestra organización.

2.3.2.- Visión

Llegar a ser para el 2018 en un Centro reconocido en todo el territorio nacional por entregar buena atención calidad en nuestro servicio permitiéndonos de esta manera el crecimiento como organización, manteniendo la confianza y la fidelidad de nuestros clientes.

2.3.3.- Objetivos Corporativos

Es necesario que las personas encargadas de esta área trabajen en base a los objetivos corporativos con responsabilidad para guiar al centro con las actividades que se quieren desarrollar en bienestar de las mascotas.

2.3.3.1.- Valores Institucionales y Filosofía Empresarial

Lealtad de los clientes

Ofrecer un buen servicio y entregar a sus mascotas bien cuidadas, de esta manera ganamos respeto y lealtad de nuestros clientes. La continuidad de nuestro éxito depende del crecimiento de la fidelidad de nuestros clientes.

Compromiso de los empleados



Crear en forma conjunta un entorno laboral seguro e interesante, contribuyendo a que obtengan un sentido de satisfacción y logro en sus tareas.

Integridad

Realizar siempre lo correcto tomando en cuenta que no afecte a los intereses de las demás personas.

Atención al Cliente

Crear una interacción con nuestros clientes mejorando los procesos de comunicación y convirtiéndonos en un aliado estratégico para ellos.

Aliados estratégicos

Nuestra empresa buscará aliarse con otras organizaciones para de esta forma poder ofrecer soluciones globales a nuestros clientes.

2.4.- Políticas

La política de la empresa es que los empleados sean responsables en cada tarea encomendada y que deben estar conscientes del cuidado que deben brindar a las mascotas que son el punto importante de esta organización.

2.5.- Productos y Servicios

El servicio que se ofrece es de facilitar la recreación canina, permitiendo a la mascota divertirse, jugar, y entretenerse en un ambiente seguro.

Como toda empresa deben estar claros todos los reglamentos del Centro, de esta manera se facilita llevar con buen control todas las actividades se deseen realizar.

2.6.- Aspectos Legales

Dentro de los aspectos legales vamos a regirnos a las ordenanzas municipales concretamente a Ordenanza Municipal No. 048 que rige en el Distrito Metropolitano de Quito



2.6.1.- Marco legal

La ordenanza expresa lo siguiente:

**De la Tenencia, Protección y Control de la Fauna Urbana en el Distrito
Metropolitano de Quito**

Capítulo II

Artículo (5).- Los sujetos obligados deberán adoptar todas aquellas medidas que resulten precisas para evitar que la tenencia o circulación de los animales pueda suponer amenaza, infundir temor razonables y ocasionar molestias a las personas. Deberán, además, cumplir con las siguientes obligaciones:

- Tener un número de animales que pueda mantener de acuerdo a los principios de bienestar animal;
- Proporcionar a los animales un alojamiento adecuado, manteniéndolos en buenas condiciones físicas y fisiológicas, de acuerdo a sus necesidades de edad, especie y condición;
- Socializar a los animales, haciéndolos interactuar con la comunidad, a fin de adaptarlos a una convivencia sana;
- Someter a los animales a los tratamientos médicos veterinarios preventivos y curativos que pudieran precisar;
- Adoptar las medidas necesarias para evitar que la posesión, tenencia o circulación del mismo pueda causar situaciones de peligro para el ser humano, para sí mismo, o para la naturaleza;
- Efectuar el transporte del animal en la forma exigida en este Título;
- Cuidar que los animales no causen molestias a los vecinos de la zona;
- La identificación y posterior inscripción de sus animales en el Registro Metropolitano de Animales Domésticos y de Compañía “RETEPG”, dentro del plazo máximo de tres meses y un día desde su nacimiento o treinta días desde su adquisición, de conformidad con lo previsto en este Título;



- Proporcionar a sus animales las correspondientes desparasitaciones y vacunaciones de acuerdo a la edad de la mascota, y a lo determinado por el Centro de gestión Zoosanitaria de Fauna Urbana (CEGEZOO) y por la autoridad sanitaria nacional; y,
- Las demás establecidas en este Título y en el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

Artículo... (8).- Los sujetos obligados están prohibidos de:

- Maltratar o someter a práctica alguna a los animales que pueda producir en ellos sufrimiento o daños injustificados.
- Suministrar a los animales sustancias que puedan causarles sufrimiento o daños innecesarios, o aquellas que se utilicen para modificar el comportamiento del animal con la finalidad de aumentar su rendimiento, salvo que se efectúe por prescripción facultativa.
- Utilizar, entrenar, criar o reproducir perros para peleas, así como también, organizar o asistir a peleas de perros.
- Abandonar a los animales, vivos o muertos.
- Practicarles o permitir que se les practique mutilaciones innecesarias y estéticas, salvo el caso de tratamiento veterinario especificado para alguna patología.
- La utilización de cualquier tipo de productos o sustancias farmacológicas para modificar el comportamiento natural de los animales que se utilicen en su actividad.
- Comercializar animales domésticos de compañía de manera ambulatoria. No se necesitará de denuncia para que el órgano de control el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito proceda a retener a los ejemplares y trasladarlos al órgano competente de la Autoridad Municipal Responsable, para su adopción; o, entrega a una asociación de Protección de Animales registrada en el Registro de Tenencia de Perros y Gatos (RETEPG).



- Adiestrar a los perros en el espacio público, salvo el habilitado específicamente para dicho fin.
- Bañar a los animales domésticos y de compañía en fuentes ornamentales, estanques y similares, así como permitir que estos beban directamente en fuentes de agua potable para el consumo humano.
- Ley De los Eventos de Perros

Artículo... (27).-

- Para la realización de eventos caninos de cualquier tipo, se deberá obtener del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) los permisos y autorizaciones correspondientes.
- Los propietarios y tenedores de los ejemplares que participen en el evento, deberán mantenerlos bajo los parámetros de bienestar animal durante su participación y estado de espera.
- Todos los ejemplares participantes que hayan nacido o residan en el Distrito deberán contar con el certificado de registro del RETEPG. Igualmente, el tenedor deberá portar el carné de vacunación del ejemplar, un certificado en el que conste su estado actual de salud y que legitime que se le realizó un proceso de desparasitación como máximo dos semanas antes del evento, emitidos por un médico veterinario.
- Para la realización de pruebas y exhibiciones de defensa deportiva, se deberá contar con el equipamiento y la infraestructura necesaria que garantice la seguridad de todos los actores que participan u observen esta prueba. Los resultados de esta prueba serán registrados inmediatamente en el expediente del RETEPG de los ejemplares participantes.

Ley de Socialización y Espacio Público

Artículo... (28).- Los tenedores de perros están obligados a educarlos, socializarlos y hacer que interactúen con la comunidad. Para facilitar el cumplimiento de esta obligación, cada



Administración Zonal determinará y proveerá a la ciudadanía de espacios verdes adecuados para actividades como el adiestramiento, paseos, socialización, actividades deportivas sin trailla y demás acciones que tengan relación con los perros y sus dueños o guías. La Gerencia de Espacio Público de la empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, en coordinación con el CEGEZOO, deberá adecuar espacios idóneos para este fin, quedando exceptuadas de esto las zonas de recreación infantil, áreas deportivas y otras áreas en las que figure expresamente la prohibición de su acceso. El personal de los CEGEZOOs, y las personas naturales o jurídicas que hagan alianzas con la Municipalidad para este efecto, serán responsables de la difusión de esta Ordenanza y de la capacitación de la ciudadanía en estos espacios públicos.

Ley De la Circulación de Animales Domésticos y de Compañía en el Espacio Público

Artículo... (33).- Con la salvedad prevista para los perros de asistencia, queda prohibida la entrada de perros y otros animales domésticos y de compañía en los locales destinados a la fabricación, almacenaje, expendio o venta, transporte, o manipulación de alimentos.

Se exceptúa de la prohibición prevista en el inciso primero del presente título la entrada de perros y gatos a restaurantes y locales que cuenten con las facilidades necesarias o se encuentren habilitados para su recepción.

Para la movilización de animales de consumo en el Distrito Metropolitano de Quito, deberán contar con los respectivos permisos de movilización establecidos por el organismo correspondiente. Los vehículos para el transporte deberán contar con equipamiento apropiado para cada especie.

2.7.- Análisis FODA

FORTALEZAS

- Con los especialistas, entrenadores y espacios abiertos necesarios.
- Atención al cliente.



OPORTUNIDADES

- Incrementar acogida del servicio en el mercado.
- Aprovechar medios publicitarios.

DEBILIDADES

- La falta de inversión.
- No contar con gente especializada a tiempo.

AMENAZAS

- La existencia de un centro similar.
- No encontrar la infraestructura adecuada.

2.8.- Desarrollo de la distribución

El espacio de la infraestructura del centro es de 370 mt² de construcción y 310mts² de áreas verdes para el cuidado canino.

GRÁFICO DE DISTRIBUCIÓN

DORMITORIOS		ÁREAS VERDES	
COCINA	BAÑOS	OFICINAS	RECEPCIÓN

Elaborado por: Mayra Torres
TABLA#2

2.9.- Conceptualización de las variables

Hipótesis:

Al crear un Centro de Cuidado Canino cercano ayudara a la población cubrir la necesidad.



Variable dependiente.- La falta de un Centro de Cuidado Canino en el sector de Ponciano, por este motivo se pretende implementar el Centro.

Variable independiente: Organizar las actividades de cuidado y recreación canina a cargo de los especialistas y canes que lleguen al centro recreativo.

2.9.1.- Preguntas Directrices

¿Posee un Centro de Cuidado Canino cerca de su domicilio?

¿Qué conocimiento tiene sobre un Centro de Cuidado Canino?

¿Qué tipos de actividades cree que se va a desarrollar en un Centro Cuidado?

¿Conoce usted los requisitos para ingresar al can al Centro de Cuidado Canino?

¿Conoce algún tipo de servicio especializado en canes?

2.9.2.- Glosario de términos

Marketing: Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y obtener fidelidad a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Administración: La Administración es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo de los fines perseguidos por la organización.

Genético: es el campo de la biología que busca comprender la herencia biológica que se transmite de generación en generación.

Mitocondrial: son orgánulos celulares encargados de suministrar la mayor parte de la energía necesaria para la actividad celular. Actúan, por lo tanto, como centrales



energéticas de la célula y sintetizan ATP a expensas de los carburantes metabólicos (glucosa, ácidos grasos y aminoácidos).

Morfología: el estudio de la estructura de formación de las palabras.

Certámenes: Concurso para estimular con premios una actividad creativa.

Prevención: Preparación y disposición para evitar un riesgo o ejecutar una cosa.

Geriátricos: es una especialidad médica dedicada al estudio de la prevención, el diagnóstico, el tratamiento y la rehabilitación de las enfermedades.

Expiatorios: es un inocente acusado, culpado y castigado por las faltas, equivocaciones, y problemas de otros. Se culpa a la víctima sin advertir los victimarios que deberían hacerse cargo de sus propias fallas. En la mayoría de los casos éste resulta un proceso inconsciente.

Diluyente: (también conocido como thinner) es un agente de dilución. Algunos fluidos son muy viscosos para que sean bombeados fácilmente o demasiado espesos para fluir de un punto a otro. Esto puede ser problemático, porque no sería económicamente viable para el transporte de dichos fluidos en este estado.



CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1.- Tipos de investigación

3.1.1.-Investigación histórica y de campo

La investigación de crear un Centro de Cuidado Canino llevo debido a que las personas no cuentan con un Centro de Cuidado Canino cerca de su domicilio en donde encuentren recreación y entretenimiento, se pretende mirar desde otra perspectiva y crear algo nuevo e innovador.

3.2.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación son todas aquellas herramientas que se ocuparan en el proyecto con el fin de encontrar la viabilidad técnica el mismo a continuación se detallará los métodos que se ocuparan a lo largo de la investigación.

3.2.1.-Método inductivo-deductivo

Según Bernal (2006): “el método deductivo-inductivo, es un método de inferencia basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido e inductivo en sentido contrario”.



3.3.- Población y muestra

Para el análisis de nuestro proyecto y para asegurarnos el cumplir con el objetivo de recopilar información viable reduciremos la población total de Quito a los estratos sociales que nos interesan para nuestra investigación, es decir los estratos a y b pertenecientes a las clases sociales alta y media alta, como lo muestra la siguiente tabla:

PERIODO	POBLACION URBANA (71,8%)	NUMERO DE FAMILIAS	CLASE ALTA Y MEDIA (36%)
2013	1.765.490	441373	158894
2014	1.798.837	449709	161895
2015	1.832.136	458034	164892
2016	1.865.356	466339	167882
2017	1.898.496	474624	170865

FUENTE: INEC, CENTRO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010

TABLA#3

El porcentaje de esta población que tomaremos como base es del 36% de la población urbana del cantón Quito, lo que se traduce mediante el cálculo a 441.373 familias.

3.3.1.-Análisis del grupo objetivo

EDAD: 18 EN ADELANTE

NIVEL SOCIOECONÓMICO: ALTA Y MEDIA ALTA (ESTRATOS TIPO A Y B)

GÉNERO: MASCULINO Y FEMENINO

SITUACIÓN GEOGRÁFICA: NORTE DE QUITO

PERFIL OCUPACIONAL: PROFESIONALES, AMAS DE CASA

PERFIL PROFESIONAL: ESTUDIOS BACHILLER Y UNIVERSITARIOS



DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA:

De donde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E2 = Error máximo admisible

Cálculo:

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

$$M = \frac{441373}{(441373-1) 0,0025 + 1}$$

$$M = \frac{441373}{1104,43}$$

$$M = 399 \text{ encuestas}$$

La fórmula de la muestra nos indica que se debe realizar encuestas a 399 personas de la población determinada en los estratos A y B de la ciudad de Quito.



3.3.-2.-Encuesta

1. ¿Tiene mascotas en su hogar?

SI NO

2. ¿Qué tipo de mascota tiene?

PERROS GATOS HAMSTER

3. ¿Estaría de acuerdo en dejar a su mascota en un centro de cuidado canino?

SI NO

4. ¿Le gustaría que su can se socialice con otros canes?

SI NO

5. ¿Está de acuerdo en pagar mensualmente \$160 por el cuidado de su can?

SI NO

6. ¿Está consciente que su can necesita tener recreación diaria?

SI NO

7. ¿Cree que mediante una implementación de un centro de cuidado canino le ayudará en sus actividades diarias?

UN POCO BASTANTE NADA

8. ¿Conoce algún centro que se dedique a estas actividades?

SI NO

9. ¿Qué le parece las actividades que le brinda el centro canino?

MUY BUENO BUENO REGULAR

10. ¿Qué le gustaría que su can encuentre en este centro?

SOCIALIZARSE ENTRETENIMIENTO JUEGOS



CAPÍTULO IV

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

4.1.- Tabulaciones

4.1.1.- PREGUNTA 1

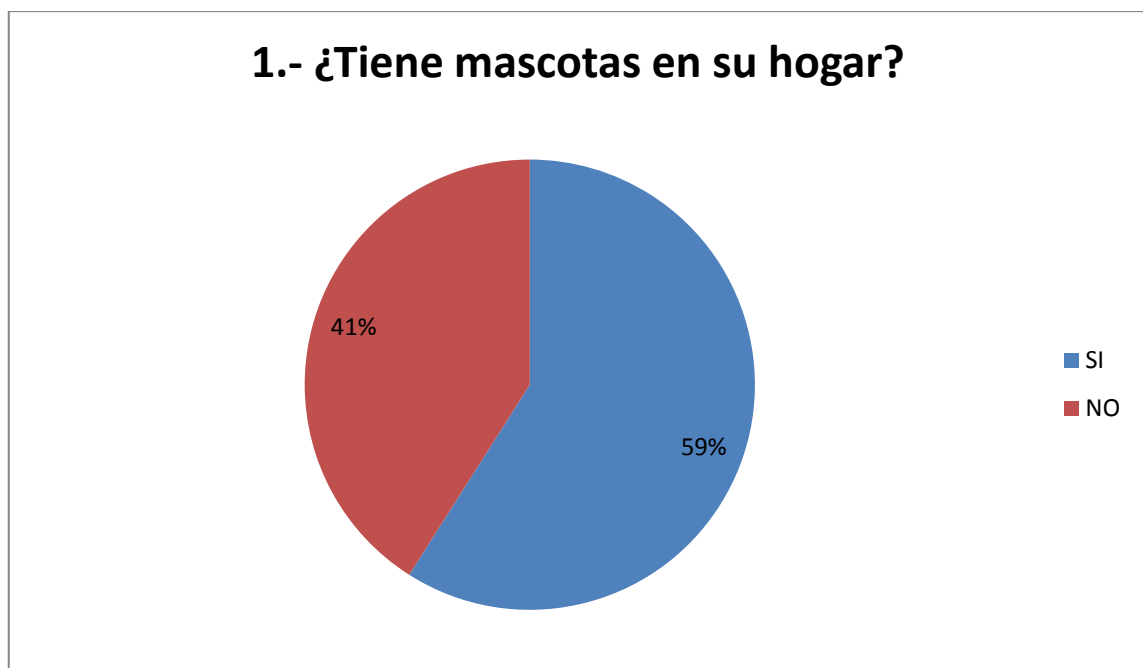
¿TIENE MASCOTAS EN SU HOGAR?

CUADRO Nº 1

	%	FRECUENCIA
SI	59%	235
NO	41%	164
TOTAL	100%	399

TABLA#4

GRÁFICO



GRAFICO#2

ANÁLISIS: En la encuesta realizada el 59% de la muestra tiene una mascota en su hogar y el 41% de la muestra no tiene mascota.



4.1.2.- PREGUNTA 2

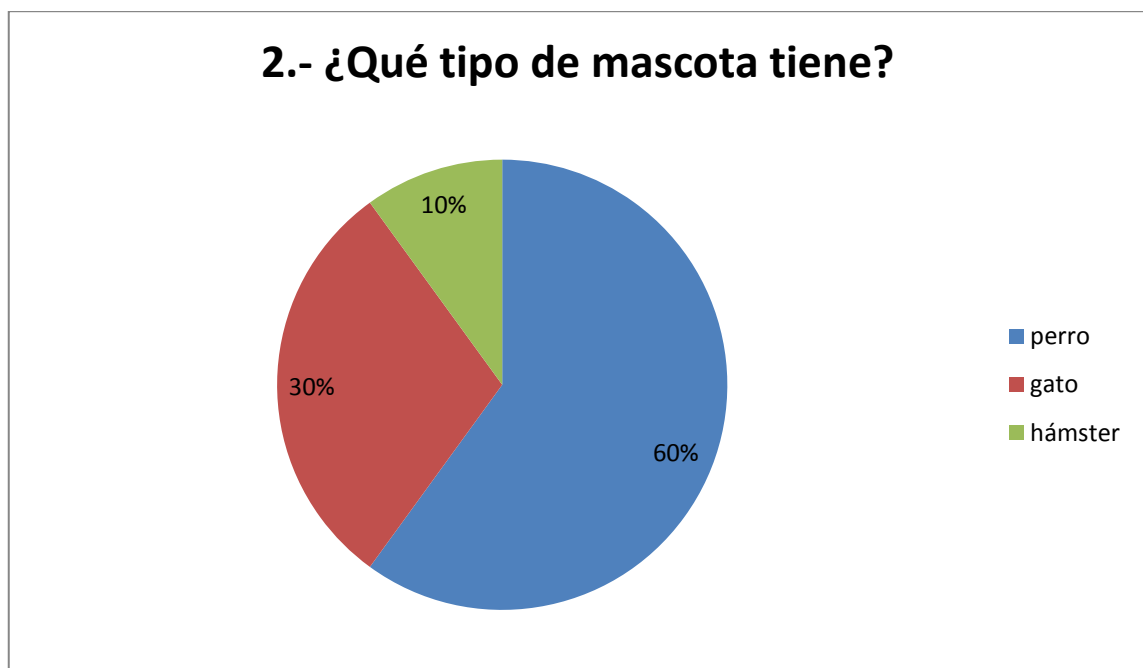
¿QUÉ TIPO DE MASCOTA TIENE?

CUADRO Nº 2

	%	FRECUENCIA
Perros	60%	141
Gatos	30%	70
Hámster	10%	24
TOTAL	100%	235

TABLA#5

GRÁFICO



GRAFICO#3

ANÁLISIS: En la encuesta realizada el 60% de la muestra tiene como mascota un perro en su hogar, el 30% de la muestra tiene como mascota un gato en su hogar y el 10% de la muestra tiene como mascota un hámster en su hogar.



4.1.3.- PREGUNTA 3

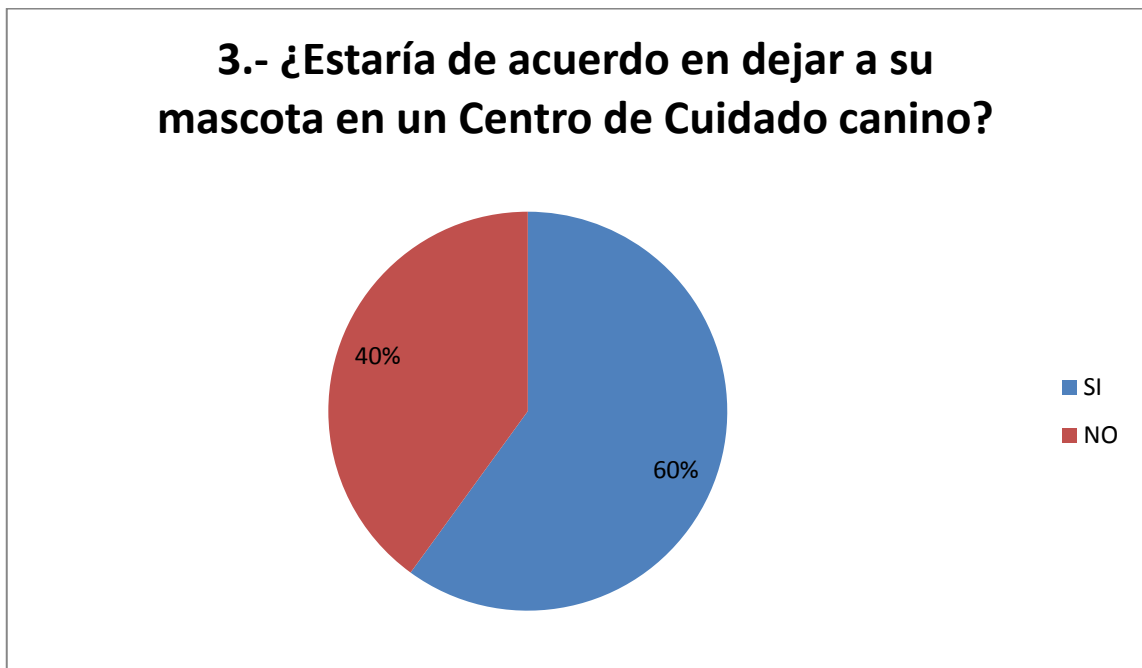
¿ESTARÍA DE ACUERDO EN DEJAR A SU MASCOTA EN UN CENTRO DE CUIDADO CANINO?

CUADRO N°3

	%	FRECUENCIA
SI	60%	84
NO	40%	57
TOTAL	100%	141

TABLA#6

GRÁFICO



GRAFICO#4

ANÁLISIS: El 60 % de la población están de acuerdo en dejarlo en un centro de cuidado canino, y el 40% de la muestra no están de acuerdo en dejar a su can en un centro de cuidado canino.



4.1.4.- PREGUNTA 4

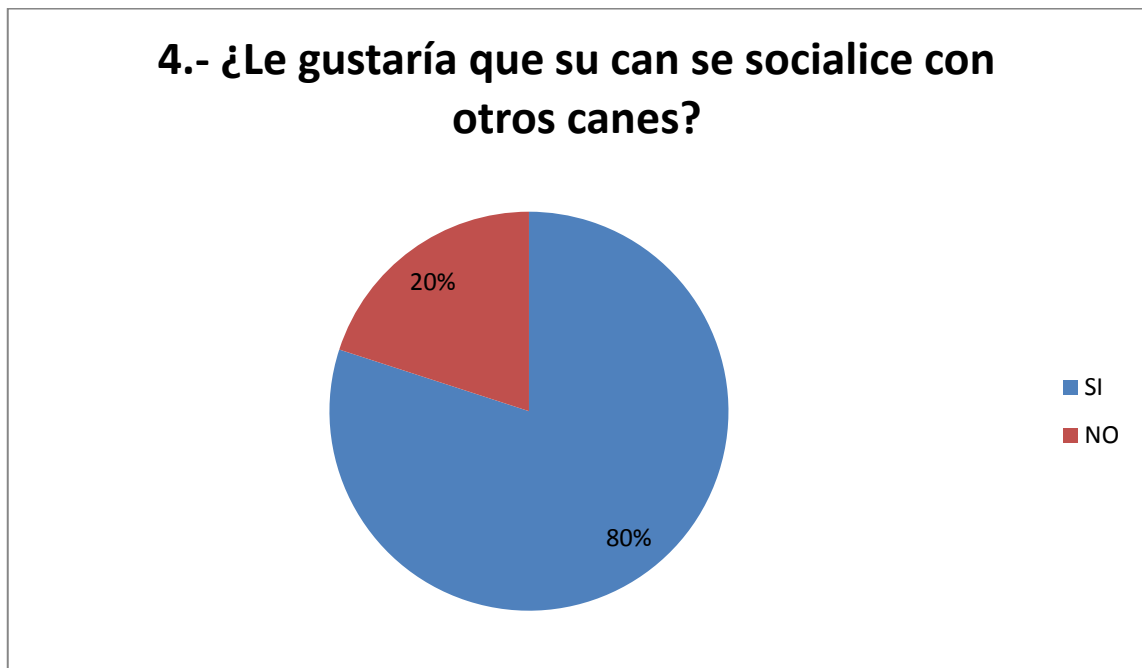
¿LE GUSTARÍA QUE SU CAN SE SOCIALICE CON OTRAS CANES?

CUADRO N°4

	%	FRECUENCIA
SI	80%	68
NO	20%	16
TOTAL	100%	84

TABLA#7

GRÁFICO



GRAFICO#5

ANÁLISIS: El 80 % de la muestra le gustaría que su can se socialice con otros canes, mientras el 20% de la muestra no dejarían a su can que socialice con otros canes.



4.1.5.- PREGUNTA 5

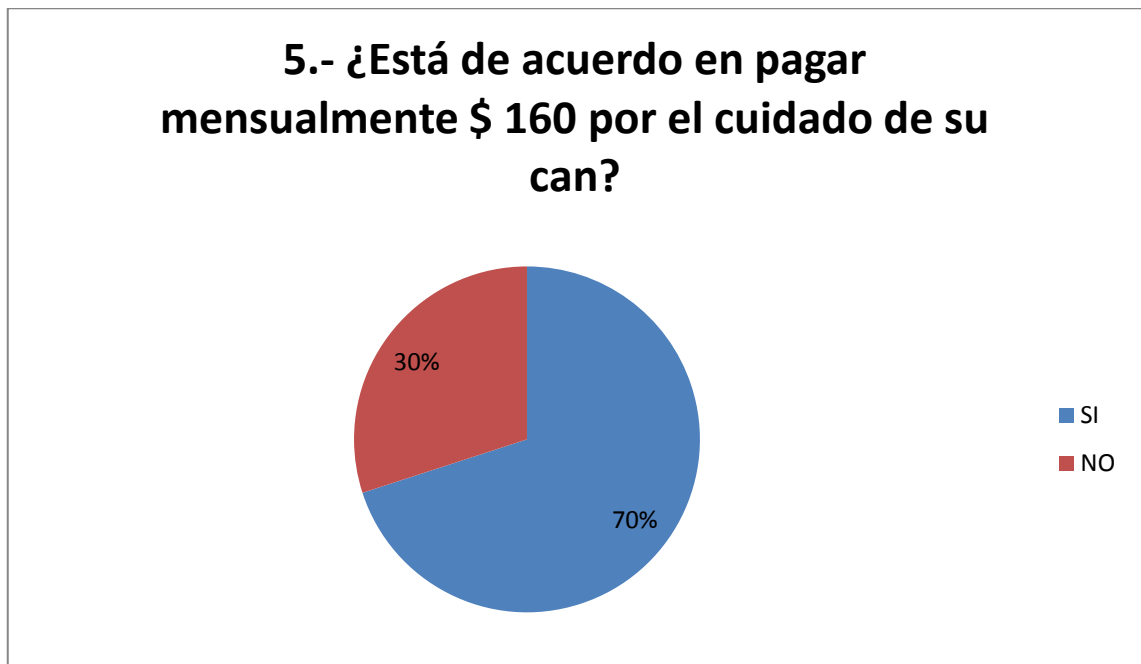
¿ESTÁ DE ACUERDO EN PAGAR MENSUALMENTE \$160 POR EL CUIDADO DE SU CAN?

CUADRO Nº 5

	%	FRECUENCIA
SI	70%	48
NO	30%	20
TOTAL	100%	68

TABLA#8

GRÁFICO



GRAFICO#6

ANÁLISIS: El 70 % de la muestra está de acuerdo en pagar \$160 en el cuidado de su can y el 30% de la muestra no están de acuerdo en pagar \$160 en el cuidado de su can.



4.1.6.- PREGUNTA 6

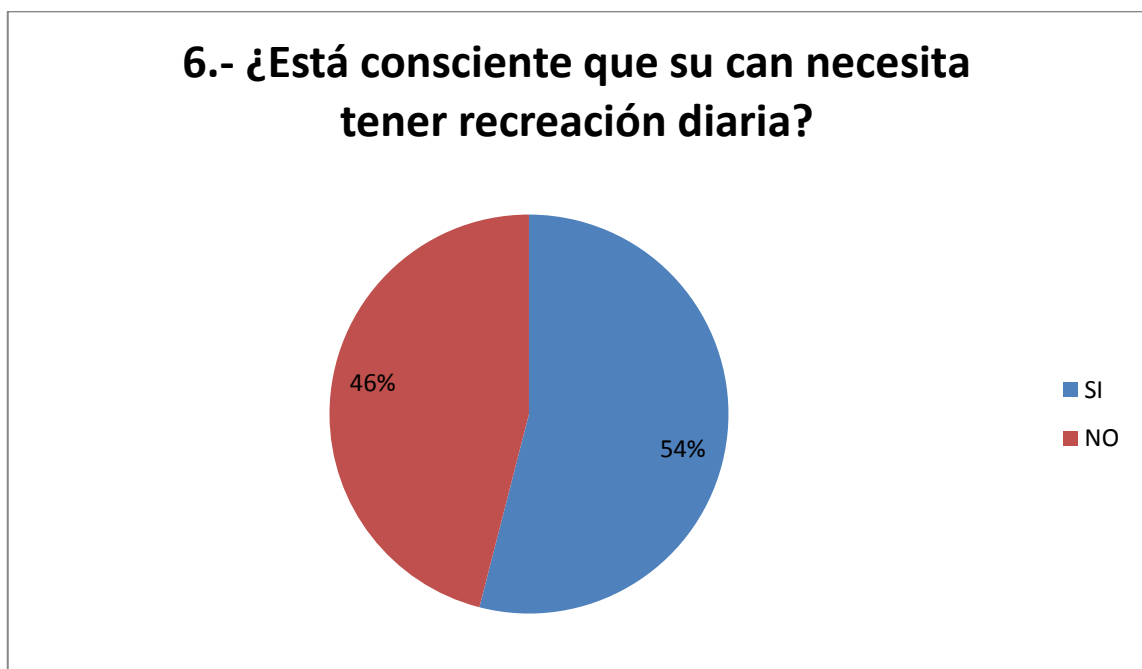
¿ESTÁ CONSCIENTE QUE SU CAN NECESITA TENER RECREACIÓN DIARIA?

CUADRO N°6

	%	FRECUENCIA
SI	54%	26
NO	46%	22
TOTAL	100%	48

TABLA#9

GRÁFICO



GRAFICO#7

ANÁLISIS: El 54 % de la muestra está consciente que su can necesita tener recreación diaria, y el 46% de la muestra no está consciente que su can necesita recreación diaria.



4.1.7.- PREGUNTA 7

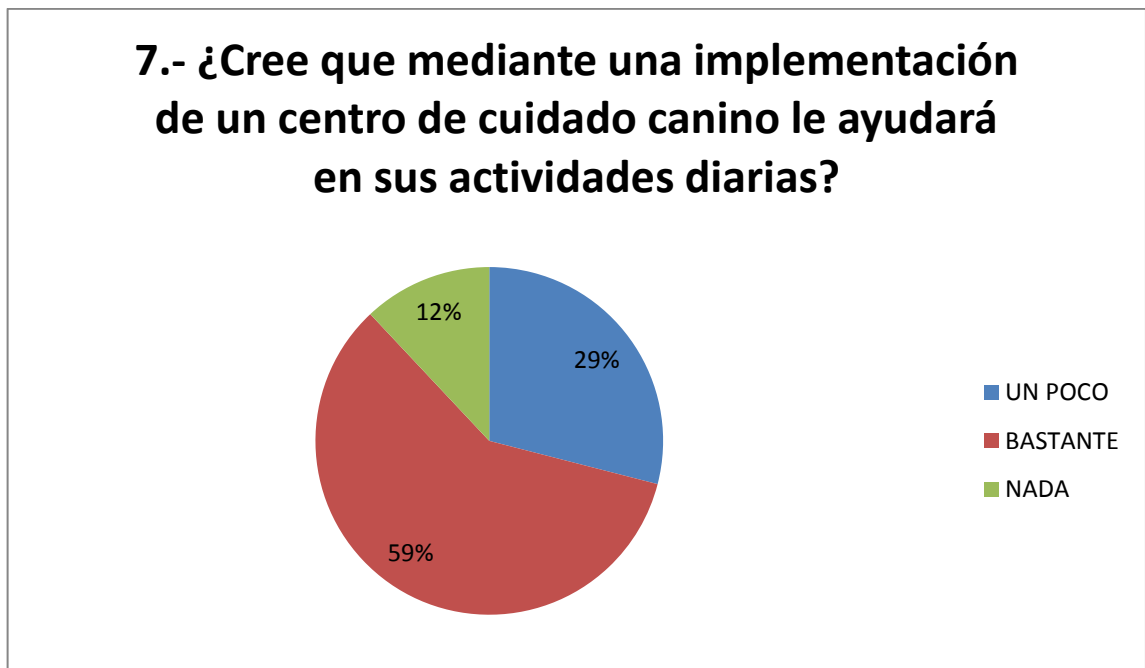
¿CREE QUE MEDIANTE UNA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADO CANINO LE AYUDARÁ EN SUS ACTIVIDADES DIARIAS?

CUADRO N° 7

	%	FRECUENCIA
un poco	29%	14
Bastante	59%	28
Nada	12%	6
TOTAL	100%	48

TABLA#10

GRÁFICO



GRAFICO#8

ANÁLISIS: El 59% de la muestra cree que mediante la implementación de un centro de cuidado canino le ayudará bastante en sus actividades diarias, 29% de la muestra cree que mediante la implementación de un centro de cuidado canino le ayudará un poco en sus actividades diarias, y el 12% de la muestra cree que mediante la implementación de un centro de cuidado canino no le ayudará nada en sus actividades diarias.



4.1.8.-PREGUNTA 8

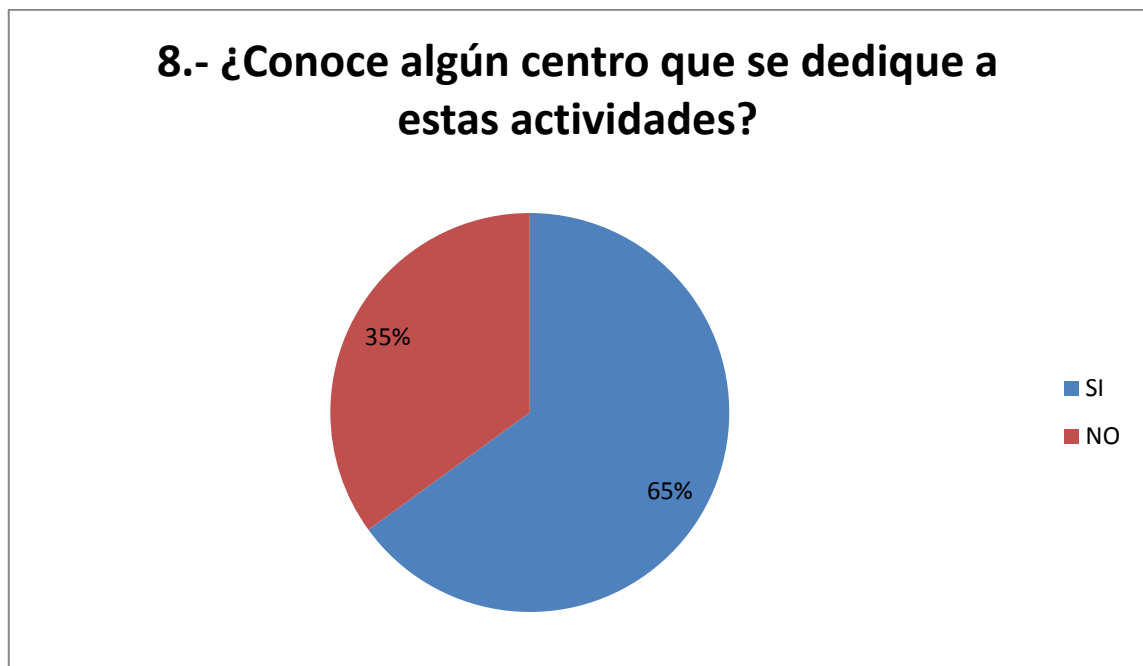
¿CONOCE ALGÚN CENTRO QUE SE DEDIQUE A ESTAS ACTIVIDADES?

CUADRO N° 8

	%	FRECUENCIA
SI	65%	32
NO	35%	16
TOTAL	100%	48

TABLA#11

GRÁFICO



GRAFICO#9

ANÁLISIS: El 75% de la muestra conoce un centro canino que se dedique a estas actividades y el 35% de la muestra no conoce ningún centro canino que se dedique a esas actividades.



4.1.9.- PREGUNTA 9

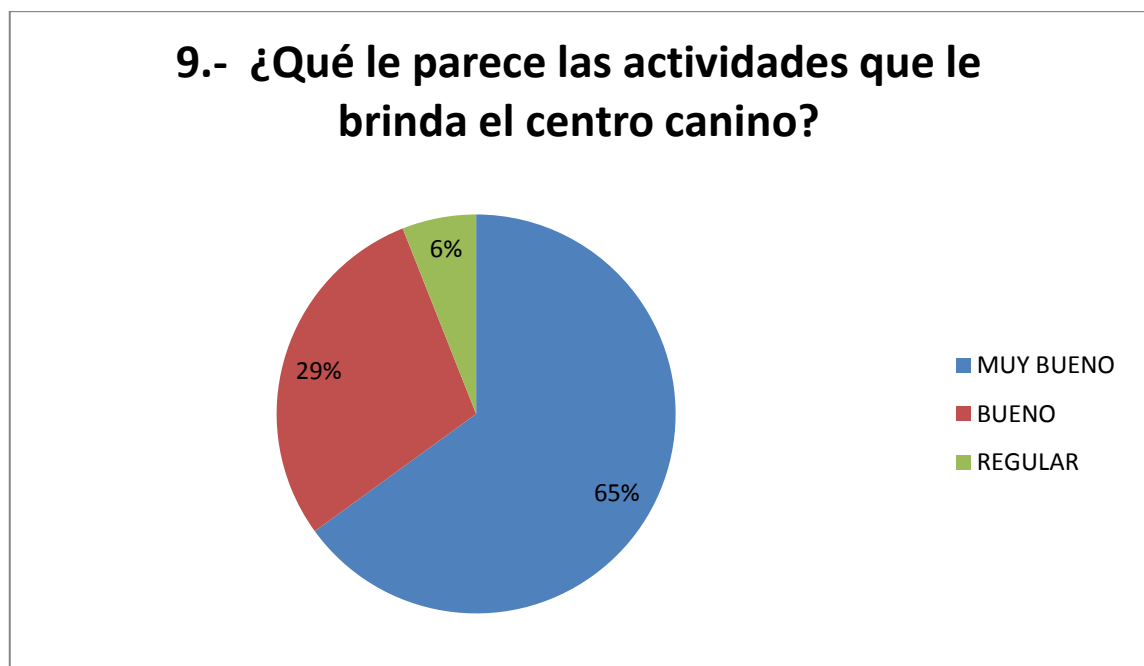
¿QUÉ LE PARECE LAS ACTIVIDADES QUE LE BRINDA EL CENTRO CANINO?

CUADRO Nº 9

	%	FRECUENCIA
muy bueno	65%	32
bueno	29%	14
Regular	6%	2
TOTAL	100%	48

TABLA#12

GRÁFICO



GRAFICO#10

ANÁLISIS: El 65% de la muestra reconoce que las actividades son muy buenas y el 29% de la muestra dice que las actividades son buenas, mientras que el 6% de la muestra dice que las actividades son malas.



4.1.10.- PREGUNTA 10

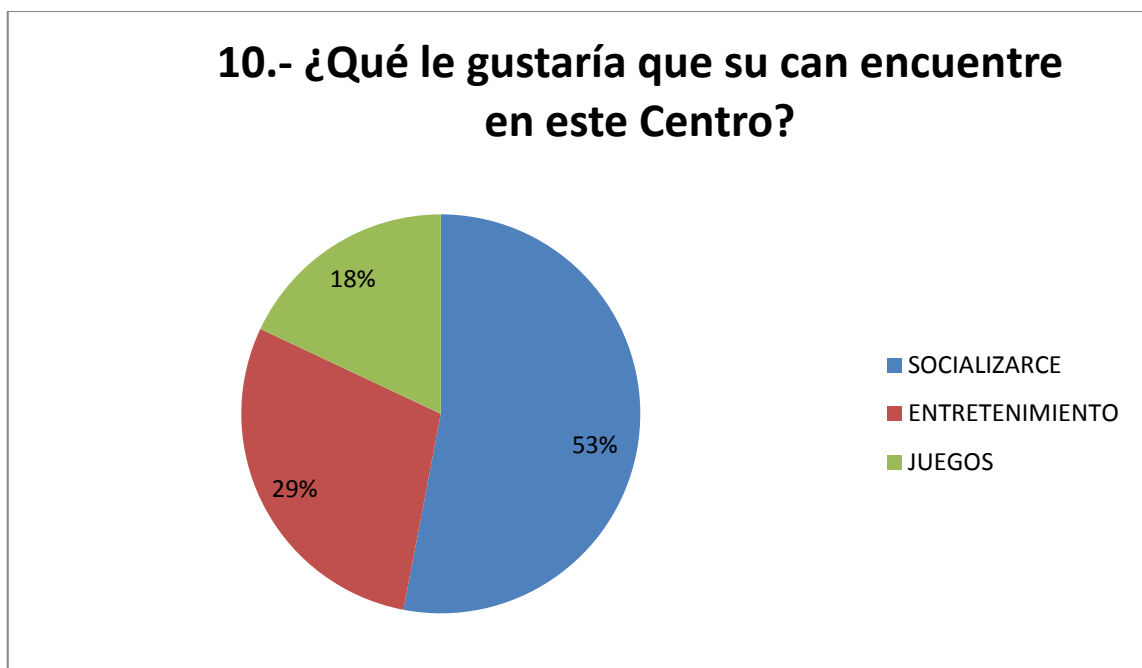
¿QUÉ LE GUSTARÍA QUE SU CAN ENCUENTRE EN ESTE CENTRO?

CUADRO Nº 10

	%	FRECUENCIA
Socializarse	53%	26
entretenimiento	29%	14
Juegos	18%	8
TOTAL	100%	48

TABLA#13

GRÁFICO



GRAFICO#11

ANÁLISIS: El 53% de la muestra le gustaría que su can socialice en este centro, el 29% le gustaría que su can se entretenga en este centro, y el 18% de la muestra le gustaría que su can juegue en este centro.



CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1.- Estudio Macro Entorno y Micro Entorno

5.1.1.- Estudio Macro entorno

En el estudio del macro entorno se analizara variables como políticas públicas, inflación, ingresos de la población, todo esto con el objeto de determinar posibles externalidades que puedan afectar al proyecto.

5.1.1.1.- Aspecto Político:

Dentro de este aspecto como se mencionó anteriormente seguirán las normativas vigentes en cuanto a las ordenanzas municipales, las mismas que se encargaran de regular los procesos de adquisición y control público de canes, para este efecto se ha tomado pertinente sintetizar los reglamentos que se van a mencionar en el centro de cuidado canino a ejecutar y estos son:

Obligaciones:

- Otorgar condiciones de vida adecuadas a las características del animal.
- Educar, socializar e interactuar con otros caninos.
- Mantener únicamente el número de perros que le permita cumplir las normas de bienestar animal.
- Recoger y disponer sanitariamente los desechos del animal.
- Cuidar que los perros no causen problemas.

Prohibiciones:

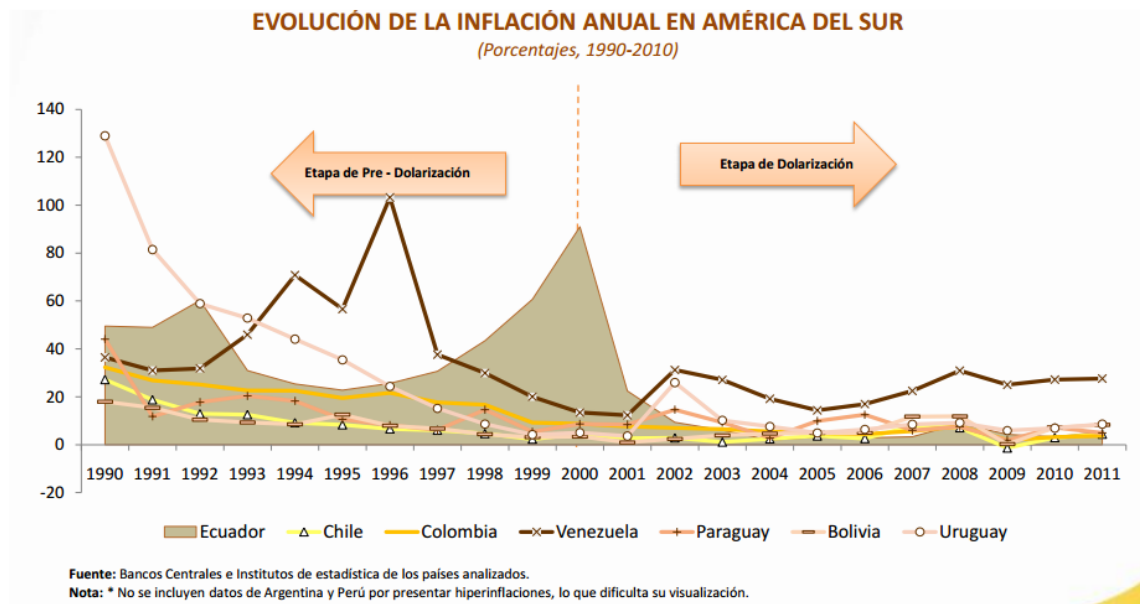
- Maltratar, golpear o someter al animal.
- Abandonar o mantener en estado de aislamiento.
- Encadenar, enjaular o confinar permanentemente.
- Envenenar masivamente caninos.
- Usar la imagen de perros para simbolizar maldad, agresividad o peligro.

5.1.1.2.- Aspecto Económico

5.1.1.2.1.- Inflación:

“Es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda sostenido durante un período de tiempo determinado. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios”.

DATOS ESTADÍSTICOS



GRAFICO#12

Los niveles inflacionarios anteriores a la adopción del esquema de la dolarización (1990-1999) se mantenían en porcentajes bastante altos; a partir del año 2000 la reducción

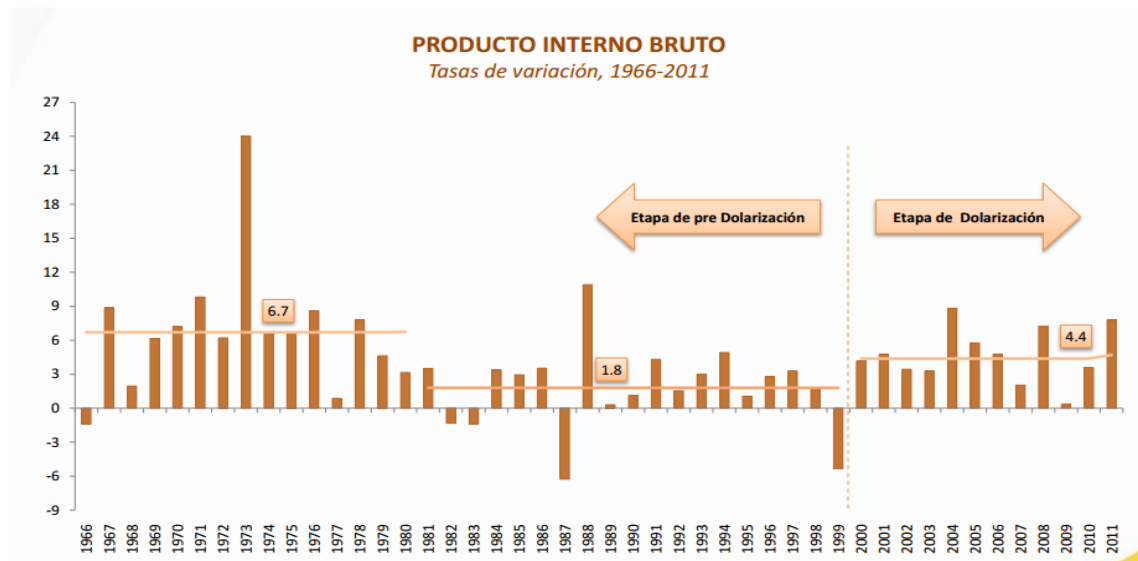
inflacionaria es significativa y se ha mantenido en casi todos los años de la década en porcentajes de hasta un dígito.

La inflación de la mayoría de países de América del sur muestra una disminución paulatina. El Ecuador es uno de los países que mayor desaceleración de precios evidencia en la última década.

5.1.1.2.2.- P.I.B. producto Interno Bruto

“Se trata de una noción que engloba a la producción total de servicios y bienes de una nación durante un determinado periodo de tiempo, expresada en un monto o precio monetario”.

DATOS ESTADÍSTICOS



GRAFICO#13

Los componentes del PIB, por el lado del gasto, muestran como la generación de ingreso de una economía se distribuye en consumo, inversión y comercio exterior. En la década de los noventa el peso de las importaciones con relación al PIB se situaba en 32.3%, mientras que en la última década se ubicó en 42.4%. Otro componente que incrementó su participación relativa en el PIB es el consumo privado que pasó de representar 63.1% del PIB antes de la dolarización a 66.6% en la siguiente década.



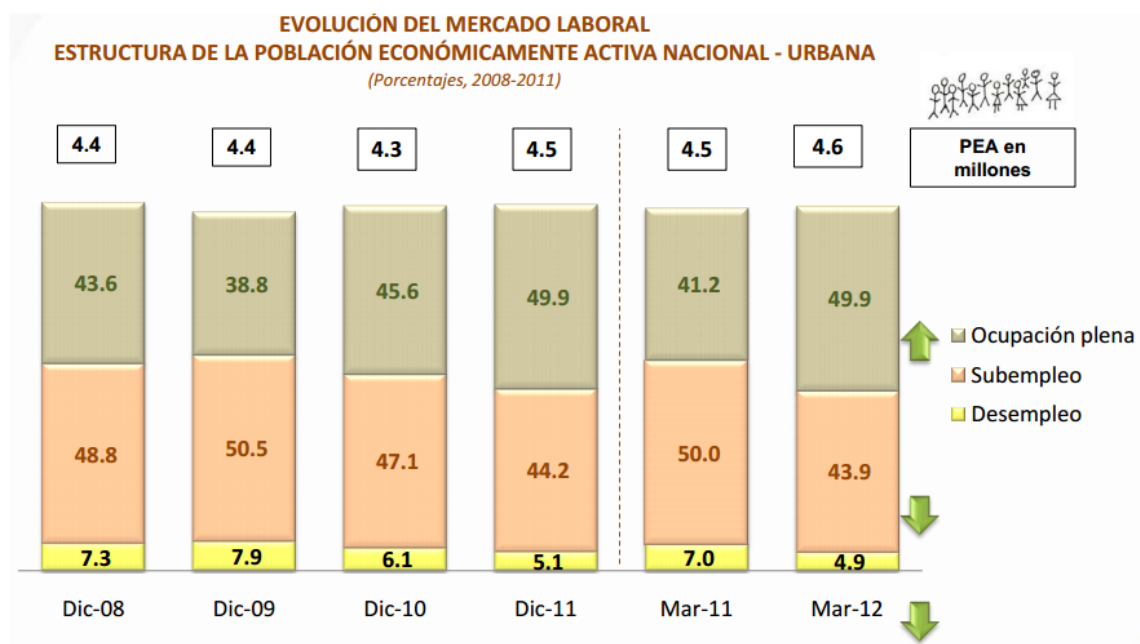
La tasa de variación promedio del PIB de Ecuador de 2000 a 2011 fue de 4.4%, mayor a la de los 80's y 90's donde alcanzó el 1.8%. Por otra parte en la década de los 70's se tuvo una tasa de crecimiento promedio de 6.7%.

Oportunidad: conviene dentro del proyecto ya que por el volumen de crecimiento que se ha obtenido, ayuda a tener un crecimiento a la sociedad.

5.1.1.2.3.- Desempleo:

“Sucedde debido a que la cantidad de recursos financieros, equipos y técnicos con los que un país pueda disponer, no son insuficientes para fomentar el empleo de toda la fuerza de trabajo disponible.”

DATOS ESTADÍSTICOS:



GRAFICO#14

En el período 2000 - 2011 se marca una tendencia decreciente en los niveles de incidencia de pobreza. en el 2011 las tasas de pobreza fueron las más bajas del período mencionado, llegando al 28.4% en la población total.



Disminuye la desocupación, aumenta la ocupación plena y se reduce el subempleo.

Oportunidad: porque se ha disminuido el desempleo y eso es muy bueno para las familias ecuatorianas, para tener un sustento en su hogar.

5.1.1.3.- Aspecto Social

Se quiere fomentar la convivencia respetuosa entre el hombre y el canino, de acuerdo a los más altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social, la idea es generar confianza.

Nuestra visión como futura empresa será:

“Ser líder por la calidad de su servicio, con una óptima ejecución de las actividades culturales que permitan al canino socializarse y otorgar confianza en los clientes.”

5.1.1.4.- Aspecto Tecnológico:

Se requiere contar con tecnología avanzada, para que los caninos se encuentren bien cuidados, contando con máquinas que controlen su peso, que realicen ejercicios, en caso de algún accidente controlar cualquier imprevisto con personas especializadas para que los clientes sé que encuentren seguros de que sus mascotas se encuentren bien.

Conformada con equipos de tecnología de punta para la atención preventiva y tratamiento médico de los canes.

5.1.2.- Estudio Micro entorno

El análisis del Micro entorno está orientado al estudio de los clientes/usuarios potenciales, la competencia, los intermediarios y los proveedores. Este análisis es fundamental puesto que las pequeñas empresas pueden influir sobre él al definir estrategias para atraer clientes y competir.

5.1.2.1.- Clientes y/o consumidores



Nuestros clientes serán las personas que tengan en sus hogares mascotas caninas que cuenten con un alto y medio alto de ingresos, quienes podrán beneficiarse de nuestro servicio. Pero posteriormente puede ampliarse el mercado a personas que puedan acceder a nuestros servicios

Fortaleza: porque cuando vayan conociendo nuestro servicio, observen que su mascota está bien cuidada regresarán siempre.

5.1.2.2.- Competencia

Nuestra competencia será:

- El Centro de Adiestramiento Canino de la Policía Nacional.
- Can y Cultura
- Centro de adiestramiento canino Xtreme Dogs
- ESADCAN (Escuela de Adiestramiento Canino)

Debilidad: Tenemos una competencia fuerte la cual no nos permitirá ser muy conocida por el mercado.

Intermediarios

Dentro de este proyecto no tenemos intermediarios directos, pero en la competencia podemos encontrar varios negocios que pueden brindarle a nuestros consumidores un servicio parcial al que ofrecemos, como por ejemplo cuidados parciales por hora.

Fortaleza: es una ventaja para nosotros ya que de esta manera podremos posesionarnos en el mercado.

5.1.3.- Proveedores

Cuando el servicio se amplíe dar alimentación a las mascotas nuestros posibles proveedores serán:



- Pet shop
- PROCAN
- DOG CHOW
- Pedigree
- Patitas

Fortaleza: nos permitirá identificar aquellos que ofrezcan ventajas competitivas para el servicio que vamos a desarrollar en el centro de cuidado canino.

5.2.- Estudio de mercado

Según Sapag (2003) en su libro nos dice que el estudio de mercado se “identifica con la definición del precio a que los consumidores están dispuestos a comprar y la demanda”, es decir en esta etapa del proyecto de investigación se analizara la demanda para de esta forma encontrar cual es la cantidad de la misma que beneficiara el proyecto, además permitirnos costearla. Otra de las variables en este estudio es la identificación de la oferta, la misma que se convierte en nuestra competencia, todo tendiente a plantear una estrategia de comercialización bienes y servicios.

5.2.1.- Objetivo general

Para efectos del proyecto el objetivo general es el siguiente:

- Determinar la cantidad de familias con perros, que pueden acceder al servicio de cuidado canino en el sector norte de la ciudad de Quito.

5.2.2.- Objetivos específicos

Los objetivos específicos son aquellos que apoyaran y garantizaran el cumplimiento del objetivo general, para efectos de este proyecto son los siguientes:

- Investigar el tipo de clientes que podrán hacer uso del centro.
- Analizar las necesidades del sector.
- Determinar los posibles competidores.



- Planificar las actividades de los canes.
- Establecer la cantidad de familias que poseen perros en Quito.

5.3.- Determinación de la demanda y de la oferta

Establecer la cantidad de habitantes en la zona del distrito metropolitano de Quito, con los datos proporcionados en el INEC.

PERIODO	POBLACION	POBLACION URBANA (71,8%)
2013	2'458.900	1'765.490
2014	2'505.344	1'798.837
2015	2'551.721	1'832.136
2016	2'597.989	1'865.356
2017	2'644.145	1'898.496

FUENTE: INEC. CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010
TABLA#14

Además tomamos en cuenta la muestra de la población que se encuentra dentro del área urbana como indica la tabla.

5.3.1.- Demanda

Para establecer nuestra demanda hemos tomado en cuenta algunas variables, y fuentes de información.

PERSONAS POR HOGAR

REGION	NUM
SIERRA	4
COSTA	4,3
AMAZONIA	4,7
GALAPAGOS	3,5
ZONAS NO DELIMITADAS	5,6

FUENTE: INEC. CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010
TABLA#15



ESTRATO SOCIAL

A	CLASE ALTA	13%
B	MEDIA ALTA	23%
C	MEDIA	28%
D	MEDIA BAJA	21%
E	SOCIAL BAJA	15%

FUENTE: INEC. CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010.

TABLA#16

Según sapag (2003), “El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ellos en los resultados del negocio”, debido también a que con su correcto análisis se puede determinar los ingresos del negocio, para este efecto vamos a tomar la tabla anterior y la vamos a reducir a la siguiente con el número de familias, y tomando en cuenta que para efectos de este proyecto solo nos interesan los estratos a y b que corresponde al 36% de la población:

Tabla de familias clase alta y media alta de la ciudad de Quito:

PERIODO	POBLACION URBANA(71,8%)	NUMERO DE FAMILIAS	CLASE ALTA Y MEDIA (36%)
2013	1'765.490	441.373	158.894
2014	1'798.837	449.709	161.895
2015	1'832.136	458.034	164.892
2016	1'865.356	466.339	167.882
2017	1'898.496	474.624	170.865

TABLA#17

Podemos apreciar que se redujo significativamente nuestra población a 158.894 familias del estrato social que nos interesa.



5.3.1.1.- Demanda actual

Para establecer la demanda actual procedemos a revisar los datos arrojados por la encuesta realizada por muestreo y a proyectarla con los resultados de la tabla anterior. Los resultados se reducen en la siguiente tabla:

POBLACION DE QUITO

DESCRIPCION	
Población del Cantón Quito	441373
Familias pertenecientes a estrato tipo A y B	36%
MERCADO POTENCIAL	158.894

DESCRIPCION	
Población tipo Ay B con mascotas (59%)	93748
Población tipo Ay B con perro (60%)	56249
Población tipo Ay B que dejarían su perro en centro de cuidado canino (60%)	33749
Población que acepta el costo del servicio (70%)	23624
MERCADO REAL	23.624,38

FUENTE: ENCUESTA. TRABAJO DE CAMPO

TABLA#18

Los resultados presentan que para motivos de este proyecto vamos a tomar en cuenta un mercado real de 23.625 familias que tienen mascota (perro) en la ciudad de Quito.

5.3.1.2 Demanda proyectada

De acuerdo a la metodología usada anteriormente se reduce que la proyección de la demanda en función de los parámetros que se necesitan para este proyecto es la siguiente:



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2013	2014	2015	2016	2017
23.624,38	24.070,60	24.516,17	24.960,70	25.404,16

TABLA#19

Es decir la tabla anterior muestra como la demanda real de nuestro servicio en el área del distrito metropolitano de Quito se incrementa en proporción con el crecimiento proyectado por el INEC.

5.3.2.- Oferta

De acuerdo con Sapag(2003), la oferta se define como: “el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios”, en conclusión la oferta en relación a los productos o servicios en este caso que se presentan actualmente en el sector, no son competencia directa, sin embargo para efectos de este estudio se los tomara como servicios sustitutos uno de estos es el centro de adiestramiento canino.

5.3.2.1.- Oferta actual

Si bien no se ha podido delimitar cuales son los centros que ofrezcan servicios de cuidado y recreación similar al nuestro tenemos que hacer un análisis del promedio de precios dentro de la oferta existente.

	PROMEDIO
PRECIO POR CUIDADO FIN DE SEMANA	12 USD
PRECIO POR CUIDADO DIARIO RAZA PEQUEÑA	8 USD
PRECIOPOR CUIDADO DIARIO RAZA GRANDE	16 USD

TABLA#20

Estos datos nos muestran que a pesar de no tener competencia dentro de nuestro sector existe oferta de servicios similares al de este proyecto.



5.3.3.- Demanda insatisfecha

Según Sapag (2003): “El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado”, es decir mediante este análisis se pretende determinar los requerimientos que no se han podido cubrir con la oferta actual.

Tomando en cuenta esto lo resumiremos a procurar el mercado objetivo al 4,08% de la demanda real del mercado y a esto para este proyecto será nuestra demanda insatisfecha real, como se reduce en la siguiente tabla:

NIVEL DE ACEPTACION

Mercado Real	23.624,38
Nivel de aceptación del servicio	4,08 %
TOTAL	1.086,27

TABLA#21

LA DEMANDA INSATISFECHA REAL ES DE 1.086,27 FAMILIAS CON CANES.

5.3.4.- Población objetivo

Como ya mencionamos anteriormente nuestra población objetivo son las personas pertenecientes al estrato **tipo a y b** es decir de la clase alta y media alta de Quito las mismas que suma el 36% de la población, y para efectos de este proyecto serán 1.086,27 familias con canes, a las cuales se tratara de llegar con nuestro servicio.



5.4.- Evaluación técnica

5.4.1.- Determinación del tamaño del proyecto

La importancia de definir el tamaño del proyecto se debe al que esta incide directamente sobre las inversiones a realizarse y los costos del proyecto, así mismo de la rentabilidad que se desea alcanzar, y en relación a estos los ingresos. Según Sapag en su libro preparación y evaluación de proyectos (2003), “La cantidad demanda proyectada es el factor condicionante más importante del tamaño” lo que en este caso es el factor a considerar.

CAPACIDAD DE SERVICIO

Numero de entrenadores	4
Numero de canes atendidos por cada entrenador	12,00
TOTAL CANES ATENDIDOS MENSUALMENTE	48,00
Número de meses	12,00
TOTAL CANES ATENDIDAS AL AÑO	576,00

TABLA#22

Para este efecto hemos tomado en cuenta 4 entrenadores en un principio que podrían llegar a extenderse hasta el doble, pero debido a los costos iniciales y a la inversión inicial y al espacio empezaremos y evaluaremos de acuerdo a ese número.

5.4.2.- Recursos humanos

El recurso humano con el que contara este proyecto, sin duda será la principal fuente de diferenciación del servicio, este recurso humano con el que contaremos son entrenadores o personal con formación en guiar los canes, preferentemente con experiencia mínima, y capacitación en veterinaria.



5.4.3.- Equipamiento e infraestructura

En este campo los valores correspondientes a infraestructura son aquellos que se costearán de realizar adecuaciones a la infraestructura del inmueble previsto para este proyecto. La propiedad consta de 370mt² de construcción en dos niveles, además de 310mts² de áreas verdes, de acuerdo a lo planteado los rubros por adecuaciones son los siguientes:

INFRAESTRUCTURA (ADECUACIONES)

Descripción	Cantidad m2	Valor Unitario	Valor Total
Oficinas	20	80,00	1.600,00
Sala de Juegos	120	60,00	7.200,00
Dormitorios	120	60,00	7.200,00
Comedor	60	60,00	3.600,00
Cocina	20	60,00	1.200,00
Baños	30	75,00	2.250,00
Ambiente recreacional (JARDIN)	310	1,00	310,00
			0,00
			0,00
TOTAL	680	396,00	23.360,00

TABLA#23

Para implementar el centro de cuidado canino se necesita implementar adecuaciones por un rubro de 23.360 USD.

5.4.4.- Ingeniería del proyecto

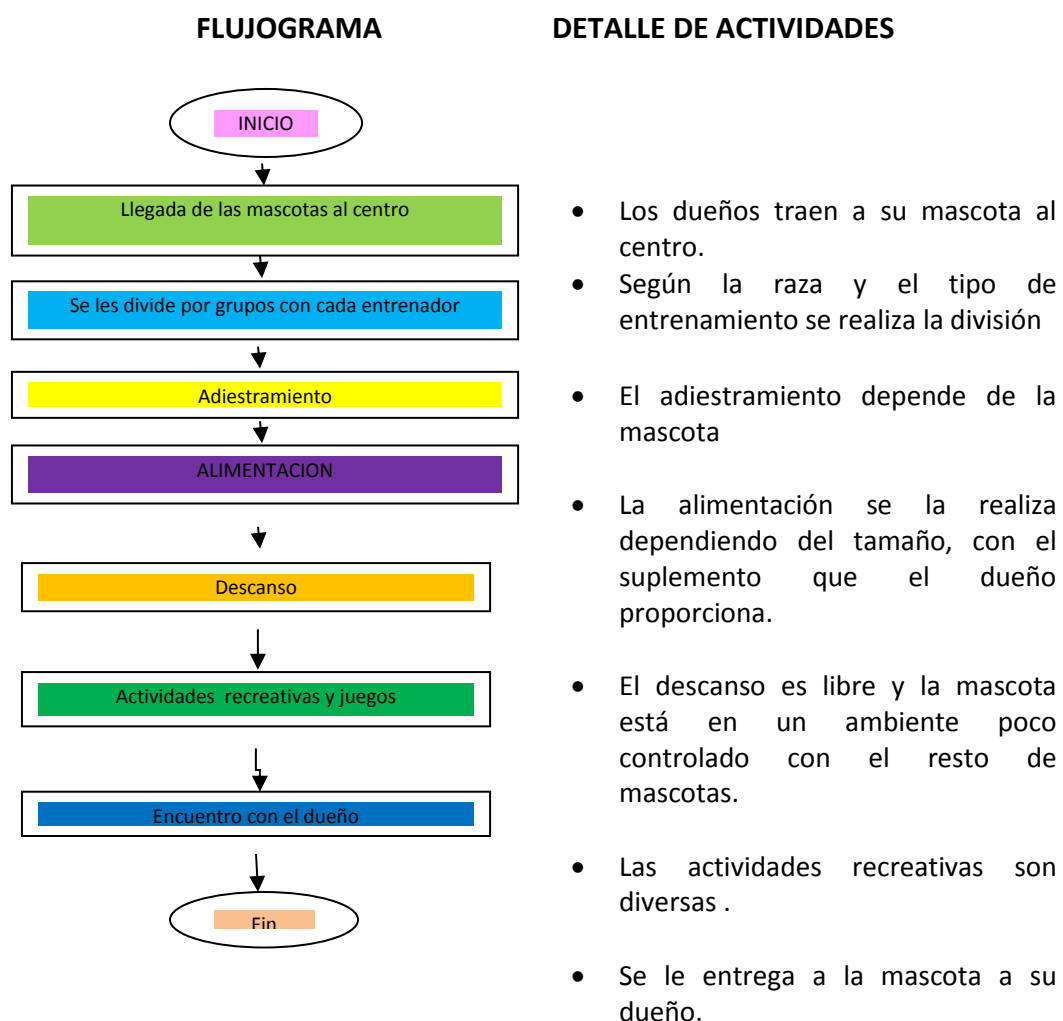
Al ser un proyecto de la prestación de servicios, no está sujeto a estándares que regulen de una manera técnica la consecución de actividades que involucren ingeniería, más si se



puede hablar de diagramas de flujo que comprende las actividades establecidas por el centro, algunas de ellas se detalla dentro del marco teórico de esta investigación.

5.4.5.- Flujo de Procesos

Los diagramas de flujo de procesos son comúnmente usados en las industrias, para graficar la secuencia en las actividades, dentro de la producción de algún bien, en este proyecto se ha tomado pertinente a manera explicativa el diagramar el proceso, mediante el cual se va a proporcionar el servicio de cuidado y recreación canino, a continuación el siguiente flujo de procesos:

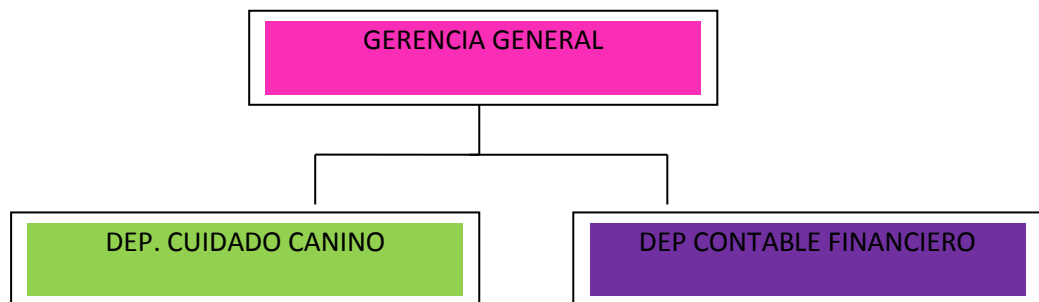


TABLA#24



5.5.- Estructura organizacional

Según Muchinsky (2007) “La estructura de una organización es un mecanismo de adaptarse que permite a la organización funcionar en su contexto”. Para efecto de este estudio se ha simplificado lo más posible el tipo de organización, dejando solamente dos departamentos el primero de carácter operativo el de cuidado canino, y el contable de la siguiente forma:



TABLA#25

Dentro de cada uno de estos se sitúan cada uno de los miembros de la organización, en el departamento canino se ubican los entrenadores, y en el financiero contable la persona designada para estas funciones.

5.6.- Marketing del proyecto

El marketing es un proceso que nace del comprender las necesidades y objetivos de nuestro mercado, el mismo que formulara objetivos que planteen satisfacer dichas demandas, es decir objetivos orientados hacia el consumidor.

En nuestro caso particular las estrategias que se plantearán serán orientadas hacia nuestro mercado, es decir a las familias con canes que no cuentan con un Centro de Cuidado Canino cercano en donde puedan socializarse y recrearse; es decir a darles comodidad con nuestro servicio, con la finalidad de que esta percepción se convierta en una preferencia, y posteriormente en un hábito de consumo.



5.6.1.- Objetivo General

Determinar la mejor forma de llegar a los clientes y a sus canes con el servicio, y ofrecer tranquilidad para dueños y relajación a sus canes.

5.6.2.- Objetivos específicos

- Determinar el canal de comercialización más propicio para el centro.
- Publicitar en medios audiovisuales.
- Dar a conocer el servicio en lugares de gran afluencia de gente.

5.6.3.- Estrategias comerciales

La estrategia de comercialización del Centro de Cuidado Canino dentro de la ciudad de Quito se basa en publicidad los fines de semana en lugares de gran afluencia de gente, como Centros Comerciales, Restaurantes, y de esta forma entregar suscripciones al mismo, y publicidad volante, otra de las posibles estrategias es la de usar medios audiovisuales para la promoción.

Establecerse en eventos de afluencia masiva, para realizar trabajo y reconocimiento de marca.

5.7.- Ingresos del proyecto

Al ser esta una empresa de servicios el ingreso está dado por:

- La cantidad de canes que se pueden cuidar.
- El número de entrenadores.
- La cantidad de canes que puede cuidar cada entrenador.
- El precio del servicio.

Todo esto se resume en la siguiente tabla:



INGRESOS

Numero de entrenadores	4
Numero de canes atendidos por cada entrenador	12,00
TOTAL CANES ATENDIDAS MENSUALMENTE	48,00
Número de meses	12,00
TOTAL CANES ATENDIDAS AL AÑO	576,00
Precio por servicio de cada can	160,00
TOTAL INGRESOS ANUALES	92.160,00

TABLA#26

En esta tabla podemos apreciar de manera simplificada que con la cantidad de entrenadores que posee el proyecto los ingresos anuales son de 92.160 usd

5.7.1.- Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales son los que tienen relación directa con la razón de ser de la empresa, es decir para el efecto de delimitar cuales son, se recordara que la empresa se dedica al cuidado canino y recreación de mascotas, por lo tanto todos los ingresos que se causen por esta razón se llamaran operativos.

En este proyecto se ha calculado los ingresos mensuales en 7680 usd

5.7.2.- Ingresos no operacionales

En esta primera fase del proyecto no se han incurrido en costos no operativos, pero se deber realizar un análisis posterior para delimitar y ubicar como ingresos no operativos a la venta de comida para las diferentes razas, así como implementos de higiene, juguetes que posteriormente se añadirán al proyecto. Entre estos se considerara también como ingreso no operacional el cuidado de los canes en los fines de semana. Entre estos se considerara también como ingreso no operacional el cuidado de los canes en los fines de semana.



5.8.- Costos del proyecto

Dentro de los costos del proyecto la relación existente entre el costo de ventas generado, y los ingresos se lo ha calculado mediante una proporción la misma que es de 31.25%, se ha tomado viable no cargarlos al servicio como costos variables, sino tomar todas las salidas como costos fijos, esto porque el giro del negocio, es ser una empresa de servicio de cuidado y recreación canino, parte de los costos que tendrían que ingresar como costos variables; entre estos tenemos los siguientes:

5.8.1.- Costos indirectos

DESCRIPCION	COSTO	CANTIDAD	SUBTOTAL
PLATOS COMIDA PARA PERRO	4,41	48	\$ 211,68
JUGUETES VARIOS	10	48	\$ 480,00
ACCESORIOS PARA PERROS VARIOS	10	48	\$ 480,00
TOTAL	24,41	144	\$ 1.171,68

TABLA#27

5.8.2.- Gastos de ventas

Los gastos de ventas para este proyecto se los tomara como gastos de ventas los mismos que están relacionados con las campaña de mercadeo publicitario diseñada por le empresa. Los cuales se resumen en la siguiente tabla:

GASTOS DE VENTAS

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Impresos – Flyers	500	0,02	10,00	120,00
Vallas publicitarias	3	50,00	150,00	150,00
Artículos Promocionales	500	1,00	500,00	500,00
sueldo promotores	2	100,00	200,00	2.400,00
			0,00	0,00
TOTAL				3.170,00

TABLA#28



Para este efecto se ha costeado el sueldo de las personas que van a repartir los flyers de puerta a puerta, tomando en cuenta que la publicidad del servicio se realizara de la manera planteada en el punto 5.6 marketing del proyecto.

5.8.3.- GASTOS

Debido al giro del negocio tomaremos en cuenta que los principales egresos de efectivo son los gastos administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripcion	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Personal Administración	2	2.054,15	2.054,15	24.649,74
ADMINISTRADOR	1	1.351,66	1.351,66	16.219,87
RECEPCIONISTA AUX	1	702,49	702,49	8.429,87
Suministros de Oficina	2	21,00	42,00	504,00
Depreciacion de Activos Fijos	3	7,40	88,80	1.065,63
Muebles y Enseres	1	43,78	43,78	525,40
Equipos de Oficina	1	3,49	3,49	41,90
Equipos de Computación	1	41,53	41,53	498,33
Internet	1	27,00	27,00	324,00
Luz	1	40,00	40,00	480,00
Agua	1	45,00	45,00	540,00
Teléfono	1	30,00	30,00	360,00
Varios - Imprevistos	1	50,00	50,00	600,00
TOTAL			4.519,90	28.523,38

TABLA#29

En esta tabla podemos apreciar que el centro de cuidado canino incurrirá en gastos administrativos por 28.523,38 USD al año

5.9.- Evaluación financiera

En todo proyecto la parte fundamental del mismo se basa en la evaluación financiera, dentro de este punto se analizará el efecto que producen dentro de los ingresos los diversos gastos que produce el centro de cuidado canino así como sobre que bienes se va invertir y cuál es el rendimiento de los mismos.



5.9.1.- Inversión del proyecto

Para el caso del centro de cuidado canino vamos a tomar en cuenta dos factores, la inversión en activos fijos y adecuaciones; y la segunda la inversión en capital de trabajo.

Según Sapag(2003): “Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”. Para este efecto hemos costeado el valor de las adecuaciones que se harán sobre la propiedad en la cual vamos a establecer el centro, lo mismo que se resume en la siguiente tabla:

INVERSION FIJA

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Terrenos	-					0,00
Infraestructura	-23.360,00					17.520,00
Muebles y Enseres	-5.254,00					2.627,00
Equipos de Oficina	-419,00					209,50
Equipos de Computación	-1.495,00			-1.495,00		498,33
TOTAL	-30.528,00	0,00	0,00	-1.495,00	0,00	20.854,83

TABLA#30

En la tabla anterior podemos ver como la valoración que hacemos sobre las inversiones a realizarse se les ha incluido el valor de rescate al final del periodo de evaluación (5 años)

La inversión en capital de trabajo según Sapag (2003) “Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo”, para este caso en particular se ha tomado un ciclo como tres meses como muestra la siguiente tabla:



CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Arriendos	1.500,00	1.500,00	1.500,00	4.500,00
Sueldos Personal	2.756,63	2.756,63	2.756,63	8.269,90
Servicios Básicos	142,00	142,00	142,00	426,00
Personal Administrativo	1.500,00	1.500,00	1.500,00	4.500,00
TOTAL	5.898,63	5.898,63	5.898,63	17.695,90

TABLA#31

Con esto resumimos la parte de inversiones diciendo que la inversión para nuestro proyecto es de 48.223,90 USD.

5.9.2.- Financiamiento del proyecto

Para que el proyecto pueda ser ejecutado se debe tomar en cuenta la noción de apalancamiento, la misma que nos dice que es más eficiente trabajar con dinero que no es desembolsado por nosotros, y que llevará consigo un coste financiero.

Por este efecto del total necesario para la puesta en marcha de nuestro proyecto la proporción de capital propio es del 35% y de un préstamo es del 65%.

El préstamo que se va a efectuar se lo ha calculado con la tasa de interés activa efectiva para créditos comerciales del banco nacional de fomento (11,2%). a continuación la tabla de amortización del crédito:

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversión	:	100%	47.154,00	
Cap. Propio	:	35%	16.503,90	
Financiamiento	:	65%	30.650,10	
Plazo	:		24	MESES
Interés	:		11%	
Pagos	:		MENSUAL	1.352,91



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	30.650,10	0,00	0,00	0,00	30.650,10
1	30.650,10	143,03	1.352,91	1.209,88	29.440,22
2	29.440,22	137,39	1.352,91	1.215,53	28.224,69
3	28.224,69	131,72	1.352,91	1.221,20	27.003,50
4	27.003,50	126,02	1.352,91	1.226,90	25.776,60
5	25.776,60	120,29	1.352,91	1.232,62	24.543,98
6	24.543,98	114,54	1.352,91	1.238,38	23.305,60
7	23.305,60	108,76	1.352,91	1.244,15	22.061,45
8	22.061,45	102,95	1.352,91	1.249,96	20.811,49
9	20.811,49	97,12	1.352,91	1.255,79	19.555,69
10	19.555,69	91,26	1.352,91	1.261,65	18.294,04
11	18.294,04	85,37	1.352,91	1.267,54	17.026,50
12	17.026,50	79,46	1.352,91	1.273,46	15.753,04
13	15.753,04	73,51	1.352,91	1.279,40	14.473,64
14	14.473,64	67,54	1.352,91	1.285,37	13.188,27
15	13.188,27	61,55	1.352,91	1.291,37	11.896,90
16	11.896,90	55,52	1.352,91	1.297,39	10.599,51
17	10.599,51	49,46	1.352,91	1.303,45	9.296,06
18	9.296,06	43,38	1.352,91	1.309,53	7.986,53
19	7.986,53	37,27	1.352,91	1.315,64	6.670,89
20	6.670,89	31,13	1.352,91	1.321,78	5.349,10
21	5.349,10	24,96	1.352,91	1.327,95	4.021,15
22	4.021,15	18,77	1.352,91	1.334,15	2.687,00
23	2.687,00	12,54	1.352,91	1.340,37	1.346,63
24	1.346,63	6,28	1.352,91	1.346,63	0,00

TABLA#32

El crédito que efectuaremos lo realizaremos a 24 meses con cuotas fijas mensuales de 1352,91 USD.

5.9.3.- Flujo de caja

La proyección del flujo de caja según Sapag Chain constituye uno de los elementos más importantes dentro de la evaluación y valoración de un proyecto, ya que el mismo se efectuara sobre los resultados que de esta se desprendan.

Para este proyecto el flujo de caja es el siguiente:



ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO						
	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	VENTAS	92.160,00	95.920,13	99.833,67	103.906,88	108.146,28
(-)	Costo de Ventas	28.569,60	29.735,24	30.948,44	32.211,13	33.525,35
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	63.590,40	66.184,89	68.885,23	71.695,75	74.620,94
(-)	Gastos Operacionales	33.061,64	33.862,81	35.135,23	36.993,88	38.950,86
	Gastos Administrativos	28.523,38	30.032,26	31.620,97	33.293,72	35.054,96
	Gastos de Ventas	3.170,00	3.337,69	3.514,26	3.700,16	3.895,90
	Gastos Financieros	1.368,26	492,86	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Operacional	30.528,76	32.322,08	33.750,00	34.701,87	35.670,08
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	1.171,68	1.171,68	1.171,68	1.171,68	1.171,68
(=)	Utilidad A.P.E.I.	29.357,08	31.150,40	32.578,32	33.530,19	34.498,40
(-)	15 % Participación Laboral	4.403,56	4.672,56	4.886,75	5.029,53	5.174,76
(=)	Utilidad Antes de I.R.	24.953,52	26.477,84	27.691,58	28.500,66	29.323,64
(-)	22% Impuesto a la Renta	6.238,38	6.619,46	6.922,89	7.125,16	7.330,91
(=)	Utilidad Neta	18.715,14	19.858,38	20.768,68	21.375,49	21.992,73
(+)	Depreciaciones	2.233,63	2.233,63	2.233,63	2.233,63	2.233,63
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	EXCEDENTE OPERACIONAL	20.948,77	22.092,01	23.002,31	23.609,13	24.226,36

TABLA#33

Con los flujos de caja proyectados a 5 años se tiene información suficiente para sacar la tasa de rendimiento de nuestro proyecto.

5.9.4.- Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se refiere a la cantidad de unidades que se producen, las mismas que nos permitirán cubrir los costos totales.

Para este proyecto será la cantidad de canes que debemos cuidar para cumplir con los gastos. El cálculo es el siguiente:

$$PE = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	28.523,38
Gastos de Ventas	3.170,00
Gasto Financiero	1.368,26
TOTAL COSTO FIJO	<u>33.061,64</u>



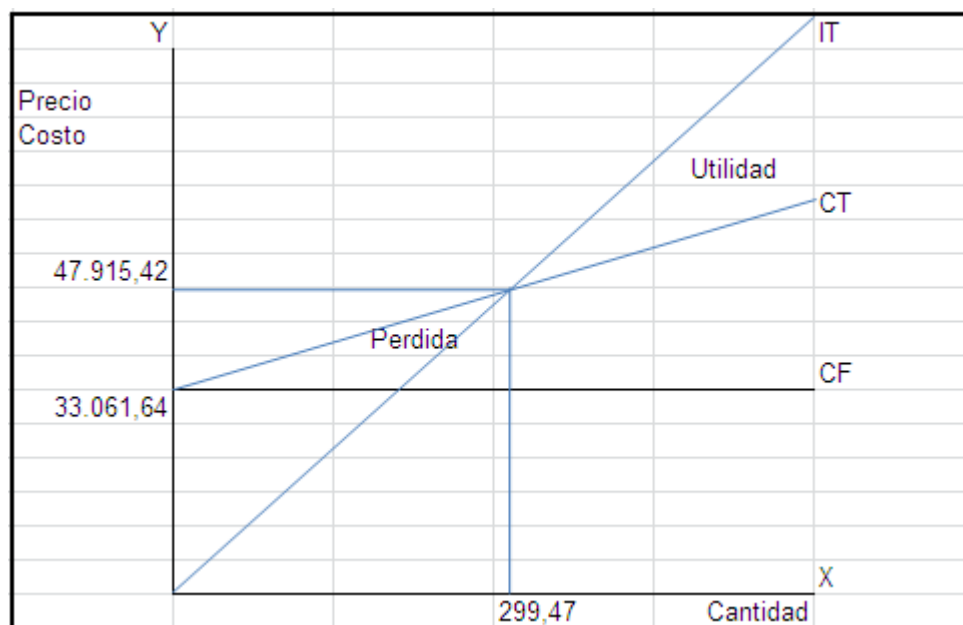
$$PE = \frac{33.061,64}{160 - 49,6} = \frac{33.061,64}{110,4}$$

$$PE = 299$$

Después del cálculo se puede apreciar que la cantidad que requerimos de canes al año es de 299, lo que se traduce como 25 mascotas al mes.

Lo siguiente se puede resumir en el siguiente gráfico:

GRÁFICO DE PUNTO DE EQUILIBRIO



TABLA#34



5.9.5.- Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es el indicador financiero que nos muestra como los flujos de efectivo que hemos proyectado lo que nos producirán rentabilidad si estuviesen expresados en valor presente.

Con valor presente se refiere que el dinero que se invierte en el proyecto el día de hoy tiene menos valor a medida que pasa el tiempo, por eso es necesario evaluar cualquier proyecto con esta metodología.

Además la valoración que se hace para saber con exactitud cuánto rinde se le añaden los valores de rescate de los activos y se resta la inversión inicial, como nos muestra los siguientes cálculos:

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-48.223,90			-1.495,00		20.854,83
Excedente Operacional		20.948,77	22.092,01	23.002,31	23.609,13	24.226,36
FLUJOS DE EFECTIVO	-48.223,90	20.948,77	22.092,01	21.507,31	23.609,13	45.081,20

TABLA#35

$$\text{VAN} = \$ 39.866,85$$

Al traer a valores presentes vemos que la rentabilidad del proyecto nos produce 39.866,85 USD. El criterio para la aprobación de cualquier proyecto es que el van de nuestra inversión sea mayor a cero.

5.9.6.-Tasa interna de retorno (TIR)

Al igual que en el caso del van la tir o tasa de corte, debe ser calculada comparada con una tasa de referencia, la misma que nos representa un costo de oportunidad, el caso del



Centro de Cuidado Canino se ha tomado una tasa del 13,66% tomando en cuenta la inflación acumulada anual del 5,41%.

Para que un proyecto sea viable debe tener mayor valor o igual al valor de nuestro costo de oportunidad, dicho de otra forma el proyecto debe ser más rentable, que si lo hubiésemos invertido en otra cosa. En este caso el proyecto arroja una tasa de:

$$\text{TIR} = 40,42\%$$

Con lo que al compararla con nuestra tasa de descuento del 13.66%, resumimos que el proyecto es aplicable

5.9.7.- Análisis de Indicadores:

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{18.715,14}{16.878,37}$$

$$\text{R.O.E} = 1,11$$

Podemos observar que en el centro gana el \$1,11 en la utilidad neta en base al patrimonio.

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{18.715,14}{30.528,00}$$



R.O.A = 0,61

Podemos observar que se obtiene una utilidad neta en base al Activo Total de \$0,61.

5.9.8.- Análisis financiero final

Analizando el proyecto se determinó que Costo = Beneficio nos indica que es

COSTO/BENEFICIO	1,65
------------------------	-------------

Nos indica la viabilidad del proyecto, ya que los ingresos actuales dividimos para los egresos actuales nos muestran una rentabilidad en el Centro de Cuidado Canino.



CAPITULO VI

EL ANÁLISIS

6.1.- Análisis de impacto

6.1.1.- Impacto económico

El estudio de impacto económico es un análisis que se realiza para determinar en relación con otras ofertas existentes al proyecto. Para reflejar el impacto económico y financiero se utilizarán indicadores como los índices de rentabilidad, para este caso en particular, la rentabilidad del proyecto es de más del 30 %, lo cual indica que iniciativas de estas son factibles de replicar y mejorar.

Sintiéndose además una demanda creciente de este tipo de servicios, también podemos adelantarnos en pronosticar el posible aumento en la demanda, proporcionándonos así más beneficios.

6.1.2.- Impacto social

La evaluación del impacto social está encaminada a determinar los costos y beneficios para una sociedad. En este caso para la sociedad Ecuatoriana.

Según Sapag (2003) “El beneficio social refleja el valor que tiene para la sociedad, el aumento de la disponibilidad de un bien atribuible al proyecto más el efecto que este introduce a que otros productores disminuyan su nivel de producción, ahorrando al país factores productivos, sin que el consumidor del bien se ve afectado”

El impacto social se origina de ofertar un servicio que mejore la estabilidad emocional de las mascotas y sus dueños, al proporcionarles a los primeros las ventajas de contar con cuidados que de otra forma no tendrían al estar normalmente con sus dueños.



Además producirá nuevas fuentes de empleo lo que se traduce en mayor ingresos en las familias.

6.1.3.- Impacto ambiental

El concepto de Evaluación de Impacto Ambiental podemos definirlo como un conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.

Está diseñado para aliviar con la carga emocional que mantienen muchas personas al no poder encontrar un Centro cercano de Cuidado Canino, donde encuentren recreación especializada.

Dicho esto esta clase de iniciativas tienden a mejorar la armonía que tiene el ser humano con su entorno, además el centro de recreación canina planteado en esta investigación, se dedicara a restablecer las actividades del can.

6.2.- Cronograma final del proyecto

El siguiente cronograma ha sido estructurado por semana como lo muestra el siguiente cuadro:



N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	MES	Tiempo				RESULTADOS ESPERADOS
				SEMANA				
				LMXJVSD	LMXJVSD	LMXJVSD	LMXJVSD	
1	Definición del tema	Mayra Torres	Septiembre	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	Crear algo que impacte a la Población
2	Formulación del problema	Mayra Torres	Septiembre		XXXXX	XXXX	XXXXXX	Saber lo que va afectar
3	Objetivos	Mayra Torres	Octubre			XXX		Cuál es el beneficios que se otorga a lapoblación
4	Metodología	Mayra Torres	Noviembre			XXXXX	XX	Los métodos que se va utilizar en el proyecto
5	Métodos de investigación	Mayra Torres	Diciembre		XXXXX		XXXXX	Donde se centraliza el tema
6	Demanda y Oferta	Mayra Torres	Enero		XXXXX		XXXX	Se deduce la población objetiva
7	Conclusión de la investigación	Mayra Torres	Febrero	XXX		XXXX	XXXX	Ventajas y Desventajas del Proyecto
8	Esquema de contenidos	Mayra Torres	Marzo	XXX	XXXX		X	Se recalca todos los temas y subtemas delproyecto
9	Bibliografías	Mayra Torres	Abril		XXX	XX	XXX	Son todas las direcciones y la información que consta en el proyecto con datos reales como libros e internet
#	Gastos operacionales	Mayra Torres	Abril		XXXXX		XXXXX	Es un detalle de todo los gastos del proyecto
11	Viabilidad	Mayra Torres	Abril		XXXXX		XX	Si el servicio es factible para el sector objetivo

TABLA#36

6.3.- Presupuesto del proyecto

Los valores que se han tomado como referencia para la elaboración de este proyecto son los que se detallan en la siguiente tabla:



INGRESOS	
APORTE PERSONAL	300
EGRESOS	
ELABORACION DEL PROYECTO	100
MATERIAL DE ESCRITORIO	25
MATERIAL BIBLIOGRAFICO	20
COPIAS	50
SERVICIOS DE EQUIPOS	15
INTERNET	20
GASTOS ADMINISTRATIVOS	25
TRANSPORTE	25
IMPREVISTOS	20
TOTAL	300

TABLA#37

6.4.- Conclusiones y Recomendaciones

6.4.1.- Conclusiones

Este centro de cuidado canino es necesario para ayudar a las personas a que sus mascotas encuentren un lugar en donde divertirse y socializándose con otros caninos, y que sus dueños se sientan tranquilos en sus trabajos o en el lugar que se encuentren.

El centro pretende brindar seguridad contando con personas especializadas en el área, para que se sientan de la mejor manera posible.

Además hoy en día las mascotas caninas son una parte fundamental en la familia, reciben la atención que se merecen y las personas quieren lo mejor para ellos.

Se puede concluir al aplicar las encuestas que es viable crear un lugar que les permita permanecer a las mascotas.



6.4.2.- Recomendaciones

Las recomendaciones generales después de elaborar la investigación son:

- Realizar el estudio financiero correspondiente
- Analizar los sitios de posible ubicación del proyecto
- Realizar un análisis de demanda para evaluar el proyecto a largo plazo
- Establecer un posible precio a nuestro servicio
- Determinar cuáles serán las posibles inversiones a realizar en este proyecto
- Determinar cuál será la mano de obra
- Establecer cuáles son las estrategias de marketing de nuestro servicio.

6.5.- BIBLIOGRAFÍA:

BIBLIOGRAFÍA

- BENAVIDES, R. L., & BRACHO, V. J. (2007). <http://repositorio.puce.edu.ec/>. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/>
- BERNAL, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- BUXADÉ, C. (1995). *Zootecnia Bases de Producción Animal Tomo III Alimentos y Racionamiento*. Madrid: Ediciones Mundi - Prensa.
- DONOSO, L. F. (2003). www.canycultura.com. Obtenido de www.canycultura.com: <http://www.canycultura.com/>
- JANY, J. (2004). *Investigación Integral de Mercados*. Colombia: Mc Graw Hill.
- JEVRING, C., & CATANZARO, T. (2002). *Cuidados de Salud para el bienestar de perros y gatos*. Madrid: Ediciones Harcourt, S.A.
- KRAMER, E. M. (2006). *Razas de perros*. Barcelona - España: Editorial Hispano Europea, S.A.
- LOSADA, J. (2004). *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*. España: Ariel.
- NOVO, J. (2010). *La historia del perro doméstico*. Virtual Cell Animation Collection.
- PARAMIO, M. A. (2010). *Psicología del Aprendizaje y Adiestramiento del perro*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- SAPAG, N. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- TORRES, A. G. (2007). <http://repositorio.ute.edu.ec/>. Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/>
- ZAMBRANO, A. (2004). *Matemáticas Financieras*. Colombia: Mc Graw Hill.



6.6.- Anexos del proyecto