Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE INGENIERA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL

TEMA

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CUIDADO INTEGRAL Y ENTRENAMIENTO DE CANES".

Tutor

MAE. ING. COM. FRANKLIN GALLEGOS ERAZO

Autores

KATHERINE DEL ROCIO LÓPEZ MONTECÉ

Guayaquil, 2017

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO de tesis	
TITULO Y SUBTITULO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CUIDADO INTEGRAL Y ENTRENAMIENTO DE CANES	
AUTOR/ES: KATHERINE DEL ROCIO LÓPEZ MONTECÉ	**REVISORES:**
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	**FACULTAD:** ADMINISTRACIÓN
CARRERA: INGENIERA COMERCIAL	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	**N. DE PAGS:** 182
ÁREAS TEMÁTICAS:	
PALABRAS CLAVE: Objetivos, Organización y estructura, Organización de la producción, creación de empresas, Marketing, Publicidad.	
RESUMEN: Busca crear un plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de brindar el servicio a los propietarios de los canes, en la cual se le brindara atención médica como vacunas, desparasitación, cirugía menor, emergencia, control de preñez, esterilización de machos y hembras. El servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y accesorios. Además con servicio de entrenamiento para la disciplina de los canes.	

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI [x]	NO [ ]
CONTACTO CON AUTORES/ES: KATHERINE DEL ROCÍO LÓPEZ MONTECÉ	Teléfono: 0988099242	E-mail: Katytalopez20@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MGS. Darwin Ordoñez Iturralde, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec Msc. Oscar Machado, DIRECTOR DE LA CARRERA. Teléfono: 2596500 E-mail: rituraldes@ulvr.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

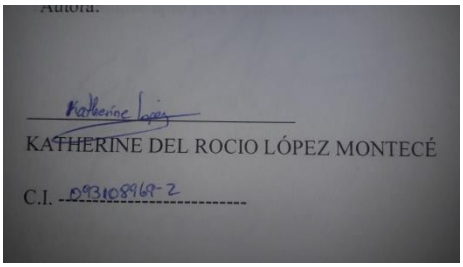
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada Katherine Del Rocío López Montecé, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar (Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes).

Autora:

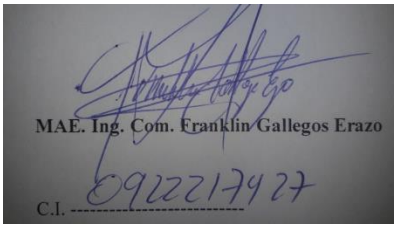


CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: *"*Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes*"*, presentado por los estudiantes **Katherine Del Rocío López Montecé** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de (Ingeniería Comercial), encontrándose apto para su sustentación



URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: KATHERINE LOPEZ.docx (D30208378)
Submitted: 2017-08-22 08:19:00
Submitted By: katytalopez20@gmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

canine friends-TESIS BN2.-.docx (D19907793)
TESIS ANDREA BASANTES SIN IMAGENES.pdf (D10352614)
TESIS MARIELENA ACTUAL.docx (D24391004)
http://slideflix.net/doc/406643/requisitos-de-identificaci%2525C3%2525B3n-y-ubicaci%2525C3%2525B3n
https://www.nexdu.com/ec/guayaquil-g/empresa/centro-de-entrenamiento-canino-jc-26865
http://deksart.blogspot.com/2008/03/analizis-descripciony-diseo-de-cargos.html
http://mconcentrados.weebly.com/perros.html

Instances where selected sources appear:

23

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por llenarme cada día con dones de paciencia, sabiduría en el desarrollo de mi trayectoria profesional. A mis Padres Manuel López y Roció Montecé quienes son mi inspiración, porque ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi tutor Mcs .Franklin Gallegos, por guiarme desde la perspectiva académica el mundo profesional, por su confianza y apoyo en la directriz de mi trabajo, sus sabios conocimientos, experiencia y paciencia para guiarme.

DEDICATORÍA

Agradezco a Dios por llenarme cada día con dones de paciencia, sabiduría en el desarrollo de mi trayectoria profesional. A mis Padres Manuel López y Roció Montecé quienes son mi inspiración, porque ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi tutor Mcs .Franklin Gallegos, por guiarme desde la perspectiva académica el mundo profesional, por su confianza y apoyo en la directriz de mi trabajo, sus sabios conocimientos, experiencia y paciencia para guiarme.

INDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR iv
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO 1. 2
Planteamiento del Problema 2
1.1 Tema 2
1.2 Antecedentes 2
1.2.1 Planteamiento del problema 2
1.2.2 Antecedentes del problema 4
1.2.3 Formulación del problema 5
1.2.4 Sistematización del Problema 5
1.3 Objetivos de la Investigación 6
1.3.1 Objetivo General 6
1.3.2 Objetivos Específicos 6
1.4 Justificación del proyecto de Investigación 6
1.5 Intencionalidad de la Investigación 7
1.5.1 Delimitación o alcance de la investigación. 7
1.5.2 Limitación de la investigación. 8
1.6 Pregunta de investigación 9
CAPÍTULO 2 10
2. MARCO TEÓRICO 10
2.1 Estado del Arte 10
2.2 Fundamentos Teóricos 14
2.3.1 Funciones de la administración. 14
2.3.2 Ambiente externo. 15
2.3.3 Los organigramas. 17
2.3.4 Administración de las relaciones entre las partes interesadas 18
2.3.5 Tipos de control. 19
2.3.6 Minimizar el riesgo al fracaso 20
2.3.7 Estudio e investigación del Mercado. 22

2.3.8 Segmentación de mercado. 23
2.3.9 Evaluación del proyecto 25
2.3.10 Creación de valor para los clientes con el fin de obtener a cambio valor de ellos. 27
2.3.11 Elementos principales de un Sistema de marketing 28
2.3.12 Planeación estratégica. 30
2.3.13 Creación de una mezcla de marketing integrada. 30
2.3.14 Analisis de marketing 32
2.3.15 Evaluación económica 33
2.3.16 Valor presente neto (VPN) 33
2.3.17 Tasa interna de rendimiento (TIR). 34
2.4 Marco legal 35
2.4.1 Pasos para obtener la clave de acceso municipal: 35
2.4.2 Requisitos únicos para la obtención de Registro de Patente Municipal: 36
2.4.3 Requisitos generales para identificación del contribuyente (persona natural) o representante legal de la sociedad en inscripción o actualización del RUC. 37
2.4.3.1 Requisitos generales para identificación de la ubicación del domicilio y establecimientos del contribuyente (persona natural o sociedad) en inscripción o actualización del RUC. 38
2.4.4 Pasos para conseguir la tasa de habilitación. 38
2.4.5 Permiso Benemérito Cuerpo de Bomberos (Guayaquil). 39
2.4.6 Dirección de registro insumos pecuarios 40
2.4.7 Requisitos Generales para obtener el permiso Sanitario de funcionamiento a los establecimientos que prestan servicios veterinarios 42
2.5 Marco Conceptual. 43
CAPÍTULO 3 53
3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN 53
3.1 Enfoque de Investigación: 53
3.1.1 Cuantitativa 53
3.2 Tipo de Investigación: 53
3.2.1 Descriptiva 53
3.2.2 Campo. 53
3.3 Diseño de investigación: 54
3.3.1 Transversal 54

3.3.2 No experimental 54
3.4 Población y muestra: 54
3.4.1 Población..... 54
3.4.2 Tamaño de muestra. 56
3.5 Tecnicas e instrumentos de investigación: La encuesta 56
3.5.1 La encuesta 56
3.5.3 Análisis de Resultados de Encuesta 57
Capitulo 4 78
4.1 Propuesta 78
4.2 Objetivo General de la propuesta 78
4.3 Objetivos Específicos de la propuesta 78
4.4 Misión 79
4.5 Visión..... 79
4.6 Valores: 79
4.7 Estructura organizacional. 79
4.7.1 Organigrama. 80
4.7.2 Descripción de funciones. 80
4.7.2.1 Descripción del cargo del Gerente Propietario 80
4.8 Analisis FODA. 93
4.9 Las cinco Fuerzas de Porter..... 96
4.10 Competencia 96
4.11 Descripción de la empresa 103
4.11.1 Imagen corporativa 103
4.11.2 Logo:..... 104
4.11.3 Eslogan: 104
4.12 Fachada y estructura de la casa 104
4.13 Mercado meta y cuota de mercado..... 107
4.13.1 Mercado meta:..... 107
4.13.2 Cuota de mercado:..... 108
4.14 Marketing mix 108
4.14.1 Plaza 108
4.14.2 Producto..... 109

4.14.3 Proveedores. 110
4.14.4 Precios 112
4.14.5 Promoción 114
5. Plan estratégico de marketing 118
5.1 Datos 120
5.4 Balance Inicial 127
5.5 Inversión Inicial 128
5.6 Costos 129
5.7 Escenarios De Ventas 133
5.8 Depreciaciones 137
5.7 Balance General 141
5.9 Estado De Pérdidas Y Ganancias 142
5.10 Flujo De Efectivo 144
5.11 Sueldos Y Salarios 145
5.12 Proyección de gasto en nómina al 2020 146
5.13 Servicios externos. 147
5.5.2 Formato de la encuesta 154
Bibliografía 169

INTRODUCCIÓN

Día a día a nivel mundial se observa un constante crecimiento en el número de mascotas que visitan los centros veterinarios llevados por sus propietarios los cuales de igual manera, *muestran* cada vez mayor interés por los cuidados que estas requieran para mantenerse saludables y puedan así llevar una buena calidad de vida. El lazo afectivo humano-animal es cada vez más intenso, llegando a considerar a la mascota como un miembro más de la familia. Esto a la vez ha fomentado un singular crecimiento en el número de centros veterinarios especializados en la atención de mascotas ya sean mascotas domésticas (perros y gatos) o mascotas exóticas (conejos, hámsters, diferentes especies de aves y tortugas, etc). El establecimiento de estos centros de atención médica para mascotas en las ciudades ha sido visto por los médicos veterinarios como una excelente oportunidad de desarrollo personal y profesional.

La atención del cuidado integral y entrenamiento de canes es una empresa de servicios, la cual está encaminada a atender las necesidades de las mascotas, a diferencia de lo que sucede con el médico de humanos el cual centra su atención en el paciente, el médico veterinario moderno debe tener el conocimiento del paciente (animal) y orientar sus capacidades a la satisfacción del propietario a través de un manejo médico veterinario efectivo.

Prodog es parte de una empresa que no solo trata a los canes enfermos sino que además ofrece servicios de atención médica preventiva a través de programas de desparasitación, también se ha establecido programas para entrenamiento de la mascota.

CAPÍTULO 1.

Planteamiento del Problema

1.1 Tema

Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes.

1.2 Antecedentes

1.2.1 Planteamiento del problema

Según el Ministerio de Salud Pública en la ciudad de Guayaquil las estadísticas indican que los canes vacunados en campaña finalizada el 31 de mayo dentro de la ciudad de Guayaquil y los vacunados por demanda espontánea hasta el 31 de julio del 2016 son las siguientes:

- ✓ Población estimada: 326.429
- ✓ Vacunados en campaña 197.951
- ✓ Vacunados por libre demanda 1.294

Las personas tienen un cariño a los animales domésticos en especial a los perros, por lo que los motiva a adquirirlos para sus hogares, ya sea como para compañía, distracción, hobbies o para los niños. Pese al cariño de las personas que tienen hacia los animales, no suelen brindar la suficiente atención y en un buen cuidado por esa razón los canes carecen de una buena imagen estética y obtiene un olor desagradable, cada vez está más decaído el perro, que puede ser por la poca atención que le estén dando o también el descuido en una alimentación balanceada según su organismo y que con el tiempo lo lleve a una situación delicada de salud.

Existen casos que los dueños de los canes ya no desean la reproducción de la mascota por motivo que generan gastos, tiempo y espacio para cuidarlos y además genera miedo en el proceso de parto porque puede ocasionar problemas graves o hasta la muerte si no se le atiende en la forma adecuada.

Los parásitos internos son los problemas más comunes que tienen los canes, la falta de apetito incluso en sus comidas favoritas. Los cambios en el peso de los canes es notorio, incluso puede presentarse diarrea, fiebre porque los canes no son desparasitados adecuadamente.

Por falta de una higiene la mascota adquiere problemas dentales, infecciones de oído pueden ser la causa de un olor desagradable, ocasiona enfermedades de la piel y como una enfermedad muy común es la seborrea en el can.

Los perros de pelo largo en ocasiones tienen la parte posterior sucia debido a la defecación. Esto provoca Glándulas infectadas lo cual es una infección debida al vaciamiento inadecuado de las glándulas anales, esto produce mal olor y malestar en el perro.

Debido al excesivo pelo en las mascotas presentan una mala imagen estética y esto puede producir irritación en la piel empeorando por el clima caluroso, adicional tiene más probabilidades de adquirir parásitos externos como son las pulgas o las garrapatas, siendo estos parásitos los transmisores de enfermedades tales como el Lymes ocasionada por la garrapata.

Otro problema en la higiene de la mascota es la limpieza que ellos necesitan, cada cierto tiempo requiere de un baño medicado contra pulgas y garrapatas, ya que los dueños de los canes no le realizan el adecuado aseo.

Los dueños al momento de dejar los canes por mucho tiempo en sus domicilios puede cambiar el comportamiento de la mascota ya sea según la personalidad, uno de los casos puede ser muy extrovertido es decir inquieto que suele dañar las cosas en el lugar donde se encuentre y en otro caso el can puede llegar a ser agresivo con todas las personas que estén a su alrrededor y esto puede ser una amenaza para la sociedad, ya que por la soledad de los perros adoptan comportamiento inusuales que no son comunes en ellos, para así desahogarse de la ansiedad que tienen. Y es ahí cuando los dueños no saben qué acción tomar, a veces las personas toman

decisiones que no son correctas como es amarrarlos o aislarlos, y en peor de los casos abandonarlos o matarlos.

Por ese motivo se busca crear un plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de brindar el servicio a los propietarios de los canes, en la cual se le brindará atención médica como vacunas, desparasitación, cirugía menor, emergencia, control de preñez, esterilización de machos y hembras. El servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y accesorios. Además con servicio de entrenamiento para la disciplina de los canes.

Teniendo en cuenta que la ubicación preseleccionada será por la carencia e inexistencia de una empresa que brinde éstos servicios ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, en las cuales hay un crecimiento de población en ese sector de la ciudad en las cuales ya se encuentran nuevas ciudadelas y urbanizaciones en donde hay pocos servicio de cuidado integral de canes y ninguno de entrenamiento para los canes, en las cuales los lugares más cercanos que brinden similares servicios para la mascota se encuentran ubicados en las ciudadelas guayacanes, brisas del rio, sauces y alborada en las cuales surgen un problema a la comunidad que requieren de estos servicios.

El servicio que se va a brindar contara con un espacio amplio para el proceso del cuidado de la mascota.

1.2.2 Antecedentes del problema.

No le brindan la suficiente atención y cuidado por la forma del can, además por un tiempo lo cuidan y por eso conllevan al descuido; obteniendo una mala imagen estética y un olor desagradable en el can, cada vez está más decaído que puede ser por la poca atención que le estén dando o también el descuido en una alimentación balanceada según su organismo y que a la distancia lleve a una situación delicada de salud.

Además a la poca atención al can puede traer comportamiento que será poco inusual en el animal esto puede ser poco agradable hasta a veces un poco peligroso para las persona que le rodea.

Los dueños de las mascotas no están informados y no saben cuándo tiene que vacunar a sus perros y que vacunas nomas deben aplicarle para que tengan un mejor bienestar.

Los perros hoy en día se enferman a causa que no le brindan un buen cuidado en que no le aplican las vacunas adecuadas que los canes necesitan y se presentan diferentes enfermedades que son comunes en los canes y otras que puede causar hasta la muerte.

1.2.3 Formulación del problema

¿Es factible la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil?

1.2.4 Sistematización del Problema

1. ¿Existe demanda insatisfecha de servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil?
2. ¿Existe oferta de servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil?
3. ¿Qué características debe tener el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes para satisfacer la demanda insatisfecha en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil?
4. ¿Será factible y rentable la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la demanda insatisfecha de servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil
2. Identificar la competencia que oferte servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil
3. Determinar las características que debe tener el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes para satisfacer la demanda insatisfecha en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil
4. Evaluar financieramente el plan de negocios en la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil.

1.4 Justificación del proyecto de Investigación

- ✓ **Justificación práctica:**

  El presente proyecto de investigación es aplicable por ser un lugar donde hay crecimiento de población, en la cual hay pocos negocios que brinden servicios de cuidado para los canes y no hay empresas que den entrenamiento a los perros en ese sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales.

- ✓ **Justificación metodológica:**

  Se va aplicar los conocimientos que se han adquirido en la formación académica atravez de una investigación con enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, donde se va a realizar encuestas para identificar las necesidades de los dueños de canes. El diseño de la

investigación será no experimental y transversal ya que la investigación de campo será aplicada una única vez

- ✓ **Justificación social:**

  Socialmente es positivo porque se le va a brindar un servicio a la comunidad que necesita cuidado de los canes que son seres queridos por la familia, para que estén siempre con buena salud e higiene, con buena imagen y estética, reflejando de esta manera alegría por el buen estado de sus canes que son parte de la familia.

- ✓ **Justificación económica:**

  El presente proyecto de investigación se justifica porque va a ser rentable y generará fuentes de empleo. El proyecto va a tener una adecuada planificación comercial y financiera, misma que se va a realizar en un sector que hay empresa que oferte estos servicios y donde hay un crecimiento en la población donde la mayoría son de clase media, siendo un mercado atractivo.

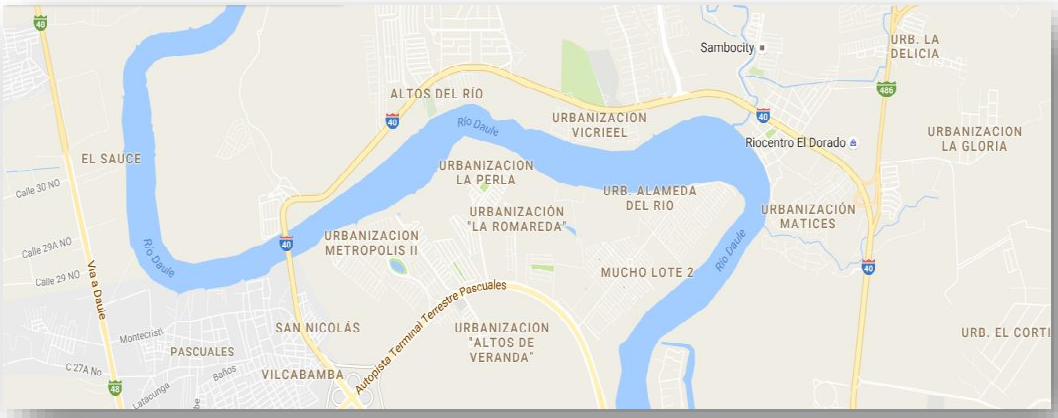
1.5 Intencionalidad de la Investigación

1.5.1 Delimitación o alcance de la investigación.

Se va a realizar la investigación en el sector del norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, en las cuales abarca las siguientes ciudadelas:

- ✓ Urb. Jardines del Rio.
- ✓ Veranda.
- ✓ Ciudad del Rio I.
- ✓ Ciudad del Rio II.
- ✓ Metrópolis II.
- ✓ Cdla. Mucho lote II.
- ✓ Urb. Paraíso del Rio.
- ✓ Urb. Villa España II.
- ✓ Urb. Victoria del Rio.
- ✓ Urb. Victoria.
- ✓ Urb. Plaza Victoria.
- ✓ Condominios la Perla.
- ✓ Urb. “La Perla” Segunda Etapa.

Figura 1. Ubicación del sector "mercado meta" Ciudadelas en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de la ciudad de Guayaquil



Fuente: (Google, Mapa de Guayaquil, Ecuador en Google maps, s.f)

1.5.2 Limitación de la investigación.

1. **Apertura en ciudadelas:** Actualmente en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales se esta aperturando en la ciudadela una empresa que brinde servicios para el cuidado integral y entrenamiento de canes.
2. **Los encuestados:** Las personas a quienes se les va a realizar las encuestas, se espera brinden la apertura e información confiable, y se espera se encuentren en sus hogares cuando se vaya a realizar el estudio de campo los fines de semana.
3. **Factor económico:** Porque la investigadora tiene que trasladarse desde el Guasmo Sur hasta el sector Norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte ciudad de Guayaquil, donde es muy distante y se va a incurrir en gastos como alimentación y transporte cada que se haga una investigación de campo.
4. **El tiempo:** Porque la investigadora tiene una jornada laboral que le complica hacer la investigación durante la semana y tendrá que ser realizada los fines de semana.

1.6 Pregunta de investigación

¿Será factible la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil?

CAPÍTULO 2
MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

Para abordar el presente proyecto de investigación, se realizó una revisión del estado del arte en los diferentes repositorios de las Universidades del Ecuador, especialmente las ubicadas en Guayaquil, para determinar cuál ha sido la entereza de la comunidad académica en este tipo de planes de negocios, enfocado a los servicios dados a los canes. A continuación detallamos seis investigaciones que se asimilan a la presente:

1. La autora Sofía Isabel Samaniego Morocho en Octubre del 2010, en la Universidad de Ecotec en Guayaquil con el tema: *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios "world pets" spa, shop & kínder*, cuyo objetivo fue la de estudiar el mercado de servicios a personas que poseen animales domésticos, evaluar la rentabilidad de la creación de la empresa y demostrar su factibilidad (Samaniego M, 2010).

La investigación realizada muestra que el proyecto es rentable para los inversionistas que, aproximadamente en un año van a tener ganancias muy favorables, ya que los estudios que se han realizados promedian que los dueños de los canes de clase media y alta pagan hasta $100 mensuales por sus mascotas. Mediante los ingresos y gastos que va a tener la empresa en los primeros 5 años con un incremento anual del 5% y la utilidad neta que se generará. Donde el dueño del negocio va a brindar un servicio personalizado y eficiente a cada uno de sus clientes para obtener mejores ingresos financieros y con posibilidades de expansión.

Se refleja mediante esta investigación de mercado que existe una preocupación en los dueños de los canes de diferentes clases sociales para brindarles a su mascota la atención adecuada y que los resultados financieros han sido favorables en la creación del negocio y que las personas están dispuestas a invertir en el cuidado de sus mascotas.

2. La autora Basantes Bravo María Andrea en Guayaquil, en el año 2014 en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, con el tema: "*Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de peluquería y aseo de mascotas a domicilio en la ciudad de Guayaquil*" cuyo objetivo es demostrar a través de un estudio de factibilidad la posibilidad de implementación de una peluquería y spa canino Móvil, en los sectores de: Los ceibos, Urdesa, Miraflores, Cdlas de vía la costa y sus alrededores en la ciudad de Guayaquil. (Basantes, 2014).

Demuestra la viabilidad del proyecto mediante el estudio del mercado por esa razón se necesita realizar una empresa para cubrir la demanda insatisfecha y en facilitar la movilización de los canes con sus dueños para el embellecimiento de sus mascotas, para su beneficio en la salud corporal y mental. El servicio que brindará será a domicilio donde contará con vehículo equipado y con el personal calificado. Las razones de rentabilidad demuestran que de acuerdo a las ventas tienen 0.93 ctvs; de dólar por cada dólar que han invertido, partiendo de un margen bruto de utilidad, la utilidad operativa es de 0.39 ctvs, de dólar en el primer año de operaciones, la rentabilidad les demuestra que por cada dólar invertido en el primer año de operaciones tienen 0.25 ctvs de utilidad. Considerando que en este primer año se realiza la mayor parte de las inversiones para los siguientes años llegan a un 44 % de utilidad con relación a la inversión en activos.

Las encuestas realizadas son herramientas de investigación en las cuales se realizará para poder obtener la información necesaria para el proyecto y lograr tener una mejor factibilidad en la creación de la empresa en la cual brinde servicios para los canes. Mediante una proyección de ventas se podrá tener una ampliación de la propuesta a otros sectores en la ciudad de Guayaquil, facilitando un aporte socioeconómico en el país, creando un mercado de oportunidades para empleos.

3. La autora Lourdes Jacqueline Guamán Chacha en el año 2014, en la Universidad de Guayaquil, con el tema: "*La esterilización para evitar la sobrepoblación canina en el*

sector de la fragata de la ciudad de Guayaquil", cuyo objetivo es de implementar una campaña visual de concientización sobre la importancia que tiene la esterilización de animales caninos con elementos necesarios para integrar a la comunidad en la mejora de la calidad de vida. (Chacha , 2015).

Identificaron problemáticas ubicadas en el sector de la fragata de la ciudad de Guayaquil que es la sobre población canina del sector, donde los moradores conciencian sobre este problema. Realizaron un trabajo de campo a recolectar datos importantes y que tuvo que ver en la percepción que tiene la población del sector respecto de la problemática planteada. Es ahí donde se realizara campaña visual para concientizar a los pobladores sobre la esterilización a los canes.

Mediante la creación de la empresa será viable en que se optimizarían recursos técnicos y financieros con la aplicación en técnicas para la recolección de información como encuestas que son enfocadas en el criterio de la población. Por ese medio se considera apropiado realizar un tipo de investigación cuantitativa en las cuales se obtendrá una mejor información.

4. El autor Renán Patricio Mena Pérez en el año 2013, en la universidad de las fuerzas armadas vicerrectorado de investigación, innovación y transferencia tecnológica, con el tema: "P*lan de reorganización y elaboración de costos de los servicios de atención veterinaria del hospital all pets"*, cuyo objetivo es realizar el plan de reorganización y los costos de los servicios veterinarios brindados por el hospital all pets, para mejorar la calidad de la atención de las especies menores. (Mena Pérez, 2013)

Los precios de los productos ofrecidos se establecieron tomando en cuenta principios básicos de contabilidad, sin embargo tras la culminación de esta investigación se ha establecido un sistema de costeo para este tipo de centros, el cual puede ser adaptado y utilizado de forma abierta en los hospitales veterinarios del país. Observando los costos obtenidos se ha determinado que el 46.62% del total de costos corresponde al área administrativa y el 53.38% al

área operativa dentro de la cual los servicios que mayores costos generan son los servicios de consulta externa y el servicio de cirugía con 11.81% y 14.54% respectivamente.

El sistema de costeo es importante para la creación de empresa que brinde servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes en que se determine cuanto es el costo que va atener en todas las áreas en el negocio ya sea administrativa y operativa. Se podrá establecer costos por mes y por día de cada uno de los servicios en las cuales pueden ser utilizados para realizar análisis de tipo administrativo y financieros.

5. La autora Verónica Nathaly Conchambay Cabrera en el año 2012, en la universidad Politécnica Salesiana Sede Quito con el tema*: "Estudio de factibilidad para la creación de un centro de limpieza, belleza y relajación para mascotas en el Valle de los Chillos"*, cuyo objetivo es determinar el nivel de aceptación real de un Centro de Limpieza, Belleza y Relajación para Mascotas, con el fin de poner en marcha este servicio en el Valle de los Chillos.

Los ingresos que se prevé tendrán un crecimiento del 10% anual de esta manera se irá captado un porcentaje mayor de la demanda insatisfecha, lo cual es posible ya que inicialmente solo se cubrirá un 65% de la capacidad instalada; además el precio de los servicios se incrementarán de acuerdo a la inflacíon al igual que los costos y gastos establecidos en el poyecto; como resultado de los ingresos y egresos se ha cuantificado la utilidad del proyecto, en los 5 años de proyección.

Es de gran importancia para la creacion de empresa que brinde cuidado integral y entrenamiento de canes en hacer un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de la creación de un proyecto, ya que nos permite determinar lo que se quiere lograr, como hacerlos y los resultados que se pueden obtener.

6. La autora María José Salcedo Hidalgo en el año 2012, en la Universidad Tecnológica Equinoccial, con el tema*: "Plan de marketing para el almacén y clínica veterinaria El Establo en la ciudad de Loja"*, cuyo objetivo es diseñar un plan de marketing para el almacén y clinica veterinaria El Establo en la ciudad de Loja. (Salcedo Hidalgo, 2012)

La veterinaria El Establo ofrece servicios médico-veterinarios, peluquería y además oferta productos de Petshop, alimento balanceado, y demás productos exclusivos para los animales de

compañía. El Establo cuenta actualmente con un espacio muy reducido para cada una de sus áreas, esto conlleva a que los productos del área de pet shop no sean completamente visibles al público.

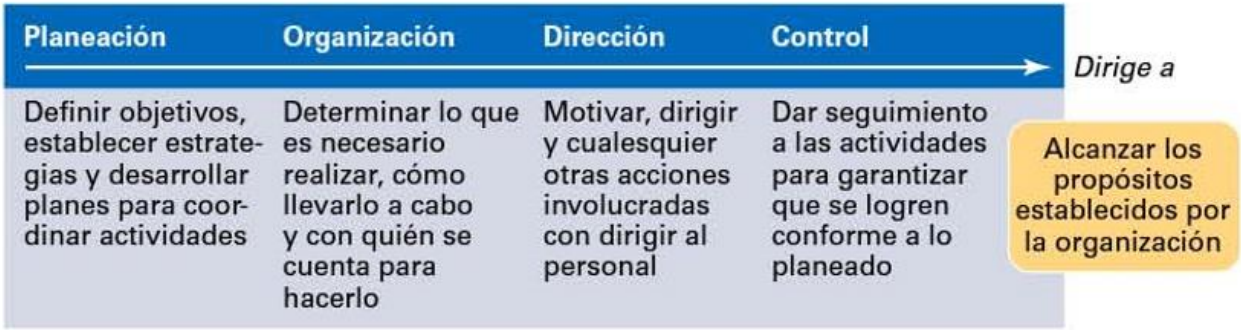
Se demuestra que es factible en implementar la empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes porque exiten lugares en todo el país en donde se preocupan en la salud y bienestar de las mascotas, creando centro de atencion para los animales.

2.2 Fundamentos Teóricos

2.3.1 Funciones de la administración.

Para poder lograr los propósitos en la empresa, se debe tener en cuenta las funciones administrativas que se dividen en cuatro:

Figura 2. Funciones de la administración.



Fuente: Libro de Administración (Robbins & Coulter, 2010, p. 8)

Planeación: Para planear estrategias y desarrollar para las actividades.

Organización: Es necesario organizar y determinar las tareas por realizar en la empresa.

Dirección: Dirigir a los empleados y motivarlos.

Control: Estar atento sobre las actividades organizativas en la empresa.

Pertinencia Teórica.

Planeación: Se establecerá estrategias necesarias en el capítulo cuatro para llevar a cabo el desarrollo del plan de negocio y se determine las actividades que se necesiten.

Para obtener las ventas que será en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil en que se les brinde un buen servicio a los clientes que soliciten el cuidado integral y entrenamiento para los canes.

Organización: Se llevara a cabo con personal capacitado mediante se tendrá veterinarios con experiencia que se encargara de los canes, se contara con personal para caja, vendedores en los accesorios y los alimentos, adicional con un personal capacitado para entrenamiento de canes.

El personal que se va a tener para que les brinde un buen servicio a los clientes en cuidado integral y entrenamiento de canes, se establecerá en un organigrama con los cargos que se tendrá en el negocio en el capítulo 4.

Dirección: Dirigir a los empleados para que desarrollen un buen trabajo e indique que debe realizar y motivarlos mediante una actividad para tener un excelente desempeño del trabajador.

Se realizara retroalimentación al personal para que les brinden una mejor atención a los clientes.

Control: Controlar la planificación que se realizó para lograr todos los objetivos en el mercado, controlar en el área administrativa y financiero de la empresa que tenga un buen funcionamiento y que sea rentable. Adicional se realizara seguimiento en el personal y se verifique como es la atención que les brindan a los pacientes.

2.3.2 Ambiente externo.

Son factores externos de la empresa que afectan a su desempeño. En la imagen muestra dos elementos; el entorno específico y el general.

Figura 3. Ambiente externo

Fuente: Libro de Administración (Robbins & Coulter, 2010, p.57)

Son los elementos principales nos refleja en la Figura 3 para dar a conocer cómo afecta en el negocio.

Condiciones económicas: Los factores que afecta a una organización son los factores económicos; el cambio de ingreso, la inflación, los estados del ciclo del negocio y la tasa de interés.

Condiciones político-legales: Las condiciones que influyen en la organización son las normas internacionales, reglamentos de cada país, las leyes estatales y locales.

Condiciones socioculturales: Hay cambios en las costumbres y gustos los gerentes deben acoplarse a las prácticas de las expectativas que operan la sociedad.

Condiciones demográficas: Son las principales características que los gerentes piensan, organizan, controlan y dirigen. Son las siguientes: el género, edad, nivel de educación, ubicación geográfica y círculo familiar.

Condiciones tecnológicas: Los cambios son más rápidos por el avance acelerado de la tecnología.

Condiciones globales: Por el debido crecimiento global los gerentes se van a enfrentar con nuevos mercados que son más competitivos y son competidores.

Pertinencia Teórica.

Condiciones globales: Por motivo de crecimiento global y los nuevos posibles competidores se realizara innovaciones ya sea en los servicios, realizar publicidad para promocionar y dar a conocer el negocio. Tener variedad de servicios y precios para las personas que requieran el servicio.

Condiciones político-legales: Mediante los reglamentos y leyes que exista en el país, se realizara todos los documentos necesarios para poder cumplir con todas las normas para el negocio.

Condiciones socioculturales: En la actualidad en la ciudades las personas les gusta tener animales en las cuales suelen tener de 2 o 3 canes por familia, por lo tanto el servicio que se va a ofrecer es porque existe una demanda.

Condiciones tecnológicas: Por medio del avance que existe en la tecnología, se realizara cambios o remplazos de aparatos para poder contar con mejor tecnología y se le pueda brindar mejor atención a las personas que deseen el servicio.

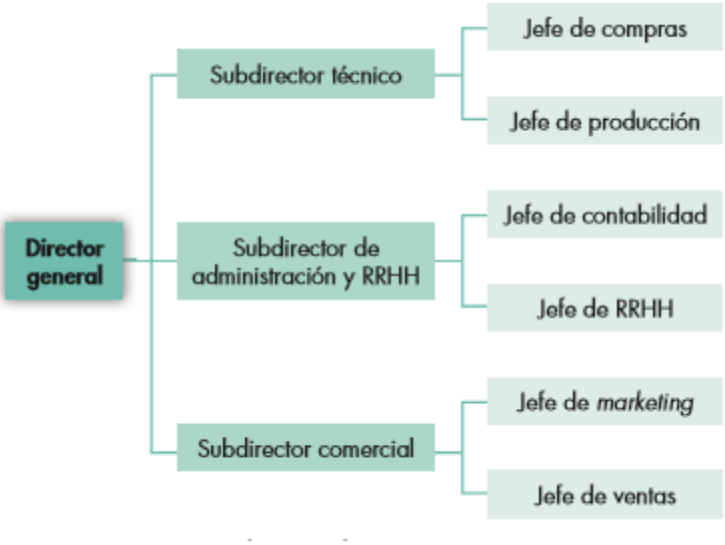
Condiciones demográficas: Por la existencia de diferentes géneros, edad, el nivel de educación, la ubicación geográfica y el círculo familiar. El negocio será dirigido para todas las personas de todas las edades que tengas canes y que estén ubicados en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil que requieran del servicio.

Condiciones económicas: En el ambiente económico los dueños de los canes suelen tener problemas económicos, mediante le impiden dar un buen cuidado a la mascota, pero en tal caso en el negocio que se brindara el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes será un crecimiento de social media. Tienen posibilidades en recibir los servicios, con precios accesibles.

2.3.3 Los organigramas.

Es la representación gráfica de la estructura organizativa de la compañía mediante organigramas. Indica los diferentes departamentos, que cargos tienen, cuales son las jerarquías y que dependencia tienen entre sus miembros.

Figura 4. Organigrama horizontal.



Fuente: Libro de Empresa e iniciativa emprendedora (Salinas, Gándara, & Sánchez, 2012, p.31)

Pertinencia Teórica:

Para la creación del plan de negocio la representación gráfica de la estructura organizativa en la empresa atreves del organigrama será reflejada en el capítulo 4.

2.3.4 Administración de las relaciones entre las partes interesadas.

Son el trato con las personas. Como se relaciona contigo, como tiene relaciones con los empleados,

Empresa debe tener en cuanta cuantos empleados se les brindara estabilidad, se le dará un plan incentivo, se los va enrolar en todas la ley, se los va a capacitar, se les dará todos los beneficios sociales, se les aspira pagar puntualmente.

Proveedores, se va a necesitar que nos den 30 o 60 días a crédito y se espera tener alianza estratégica, podamos ser distribuidor de una empresa especifica

Son los elementos en la parte interna de la empresa que afectan por sus decisiones y las acciones que realicen.

Figura 5. Partes interesadas de una organización.

Fuente: Libro de Administración (Robbins & Coulter, 2010, p.62)

En la Figura 5 indica que son los procesos en una organización que son necesarios en las cuales se toman decisiones y acciones que van a influir a la organización. Son los procesos más comunes en la organización que puede afectar a grupos internos y externos.

Pertinencia Teórica.

Empleados: En la empresa es necesario tener en cuenta cuantos empleados como en el servicio de veterinario, peluquería y en caja.

Proveedores: Que se obtendrá para las medicinas, la comida para los canes y los accesorios para la peluquería, en el plan de negocio.

Competidores: En el plan de negocio donde será ubicado no tendrá competidores, solo se encuentra en lugares lejano donde brinden servicios similares, no iguales.

2.3.5 Tipos de control.

Los gerentes pueden realizar controles antes, durante y después de que se ha realizado la actividad.

Figura 6. Tipos de control.

Fuente: Libro de Administración (Robbins & Coulter, 2010, p.406)

En la Figura 6 nos refleja cuales son los tipos de control mediante los gerentes son los que emplean para comenzar una actividad que son control preventivo, concurrente y de retroalimentación.

- ✓ **Control preventivo:** Son controles antes que se presente algún problema.
- ✓ **Control concurrente:** Son controles que se da frecuentemente.
- ✓ **Control de retroalimentación:** Es el tipo de control donde se da a conocer que se debe y que no se debe hacer.

Pertinencia Teórica.

Mediante el estudio del proyecto se debe realizar:

- ✓ **Control preventivo:** Se realizara control en la que exista revisión constante en la planeación que se realizara en el capítulo cuatro.
- ✓ **Control concurrente:** Se efectuara controles en inventarios mensualmente, en el control de asistencia de los empleados, auditoria, arqueo de caja y en otras acciones.
- ✓ **Control de retroalimentación:** Se va a reunir al personal una vez en el mes, se tendrá dialogo con los empleados y poder saber qué tipo de problema hay en la empresa para buscar una solución.

2.3.6 Minimizar el riesgo al fracaso

Una vez determinada sobre cual se elabora un plan de negocio, el creador debe tener en cuenta las siguientes fases:

Figura 7. Pasos para minimizar el riesgo al fracaso.

Fuente: Libro de Formulación y evaluación de Planes de Negocio (Galindo R., 2011, p.38)

Mediante la Figura7 refleja que el empleador debe tener en cuenta las siguientes fases:

- **1.- Estudio Preliminar:** Se debe ver si hay otros proyectos iguales y que no esten patentados. tambien se debe verificar mano de obra tipos de distribucion y el sector donde se va a emplear.
- **2.- Prefactibilidad:** Se va a evaluar cual es la mejor alternativa para tomar la decision y que minimicen los errores que se puedan dar durante el proyecto.
- **3.- Estudio de Factibilidad:** se trata sobre información recolectada y verificada, de ello depende el éxito del proyecto y que la información sea de fuentes primarias. Donde principalmente sera identificar que tipo de servicio o producto y a que mercado va a hacer dirigido la viabilidad financiera y económica, también si es pertinente la exportación de lo que se va a brindar. (Galindo Ruiz., 2011, p.45)

Pertinencia teórica

Estudio Preliminar: Mediante la investigación de mercado se ha determinado que en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en la ciudad de Guayaquil, no hay negocios iguales o similares en las cuales brinden servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, en la existencia de la demanda que necesiten del servicio.

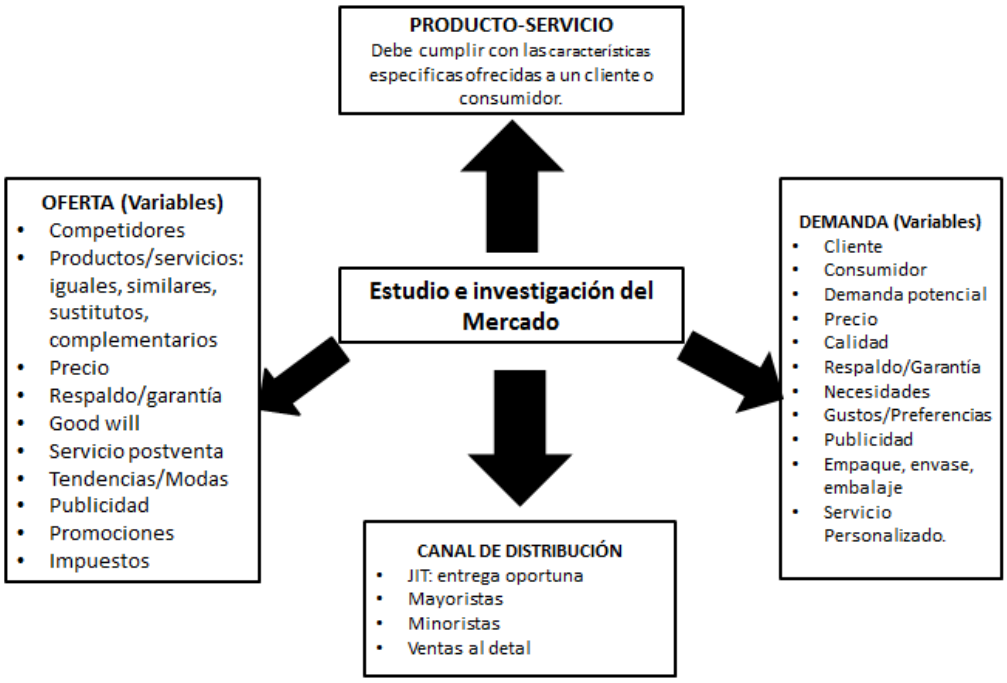
Estudio Prefactibilidad: Mediante los estudios realizados en la investigación de mercado indica que no se encuentra negocio que brinde servicios para canes en ese sector, para que sea viable la mejor ubicación para el plan de negocio será en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en la ciudad de Guayaquil, en la que se va a brindar el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes.

Estudio de Factibilidad: Se realizara el estudio legal y administrativo, se indicara en el capítulo cuatro los estados financieros en cuanto se va a invertir y cuanto se va a utilizar para implementar el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes. Se analizara la viabilidad financiera y económica que resulte el negocio.

2.3.7 Estudio e investigación del Mercado.

Mezcla de mercado son actividades que ayuda en el proyecto a elaborar estrategias para dar a conocer y posicionar el servicio a los posibles clientes.

Figura 8. Estudio e investigación del Mercado.



Fuente: Libro de Formulación y evaluación de Planes de Negocio (Galindo R., 2011, p.66)

Con la Figura 8 permite desarrollar estrategias para dar a conocer y en posicionarse el producto o servicio. Toda empresa necesita cumplir con todas las características dirigidas al cliente. Como canal de distribución, demanda y la oferta. (Galindo, 2011)

Pertinencia Teórica.

Producto- servicio: Se le brindara cuidado integral y entrenamiento, se contara con el servicio para los propietarios de los canes, en que se le brindara atención médica como vacunas, desparasitación, esterilización de machos y hembras, el servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza y entrenamiento para la disciplina de los canes en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil

Demanda (Variable): Los posibles clientes serán de clase media que se encuentre en el sector, el precio será accesible las personas que desee el servicio para sus canes.

Canal de distribución: Las ventas al detalle, se va a realizar personalizada, directa y se le brindara servicio a las personas para el cuidado integral y entrenamiento a canes.

Oferta: El servicio que se brindara es nuevo en el sector en que no existe empresa que brinde servicios iguales o similares para los canes. Se realizara la respectiva publicidad para poder ofrecer el servicio de cuidado integral y entrenamiento para canes.

2.3.8 Segmentación de mercado.

Donde se segmenta el mercado según el servicio para la inversion.

Figura 9. Etapas en el proceso de segmentación de mercado.

Etapas del proceso de segmentación	Descripción
1. Segmentación basada en las necesidades	Agrupe a los clientes en segmentos, de forma que cada grupo sienta las mismas necesidades y valore los mismos beneficios, a la hora de solucionar un problema particular.
2. Identificación de los integrantes del segmento	Determine para cada segmento las variables demográficas, de estilos de vida y de comportamiento de uso del producto, que identifican a los integrantes del segmento.
3. Atractivo del segmento	Partiendo de unos criterios predeterminados, calcule el atractivo global de cada segmento.
4. Rentabilidad del segmento	Determine la rentabilidad de cada segmento (contribución neta de marketing).
5. Posicionamiento del segmento	En base a las necesidades y características especiales de cada segmento defina una proposición de valor y un posicionamiento producto-precio.
6. Test ácido de segmentación	Cree «tablas descriptivas» de los segmentos que permitan analizar el atractivo de cada estrategia de posicionamiento seleccionada.
7. Estrategia de marketing mix	Desarrolle la estrategia de posicionamiento, incluyendo todos los elementos del marketing mix: producto, precio, comunicación y distribución.

Fuente: Libro de Marketing estratégico (Best, 2007, p.146)

- ✓ **Segmentación basada en las necesidades:** Dividir a los clientes que necesiten los mismos servicios y darle los beneficios para que cubran sus necesidades.
- ✓ **Identificación de los integrantes del segmento:** Dividir el mercado según su ubicación, forma de vida, y el uso del producto o servicio.
- ✓ **Atractivo del segmento:** Según segmento es el atractivo del mercado.
- ✓ **Rentabilidad del segmento:** Es la acogida del producto en el mercado.
- ✓ **Posicionamiento del segmento:** Según el sector se poseciona el servicio para cubrir las necesidades del mercado.
- ✓ **Test ácido de segmentación:** Es el plan según la estrategia donde se va a posecionar el servicio.
- ✓ **Estrategia de marketing mix:** Debe contar con los principales elementos como: producto, precio, distribucion y comunicación.

Pertinencia Teórica.

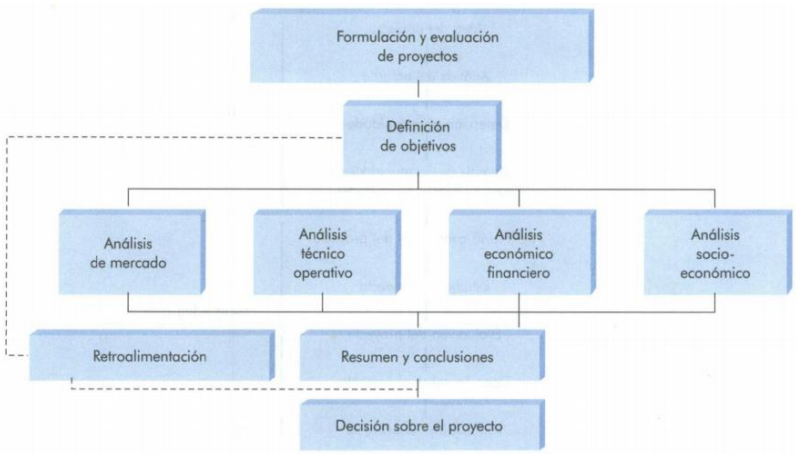
- ✓ **Segmentación basada en las necesidades:** Los posibles clientes segmentados son los que necesitan el servicio de cuidado integral y entrenamiento para canes, se le brindara atención médica como vacunas, desparasitación, esterilización de machos y hembras, el servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, c y entrenamiento para la disciplina de los canes.
- ✓ **Identificación de los integrantes del segmento:** El segmento de mercado será en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil en familia que tengan canes en su domicilio y requieran del cuidado integral y entrenamiento para su mascota.
- ✓ **Atractivo del segmento:** En el segmento dirigido será atractivo por la falta de empresa en ese sector que brinde esos servicios o similares en el cuidado integral y entrenamiento a los canes.
- ✓ **Rentabilidad de segmento:** Se determinara mediante el estudio del proyecto de investigación en el capítulo 4 cuanto será la rentabilidad del segmento en el negocio.

- ✓ **Posicionamiento del segmento:** Mediante las necesidades que tienen las personas por el cuidado y entrenamiento de sus canes se lograra posicionarse en el mercado.
- ✓ **Test ácido de segmentación:** Se realizara estrategias necesarias para poder lograr posicionarse en el mercado.
- ✓ **Estrategia de marketing mix:** Se aplicara en el estudio del plan de negocio los elementos del marketing para realizar estrategias con el fin de lograr posicionarse en el mercado como precio que será el adecuado al servicio que los clientes soliciten.

2.3.9 Evaluación del proyecto

La estructura en general para la evaluación de un proyecto es representada en la Figura 10.

Figura 10. Estructura general de la evaluación de proyectos.



Fuente: Libro de Evaluación de proyectos (Baca, 2001, p.5)

- ✓ **Definición de objetivos:** Se trata en función de las intensiones que se busca mediante el proyecto, en las cuales tienen limitaciones que se asignan, donde sera en preferencia la localización de la planta, que tipo de servicio se va a ofrecer, el valor maximo de la inversión, y otros elementos.
- ✓ **Análisis de mercado:** Se basa de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta. Donde la cuantificaciónse obtienen información secundaria de ciertos productos, en donde se va a saber información directa que es mas confiable de otra fuente.

- ✓ **Análisis técnico operativo:** Se emplea con los siguientes puntos: Determinación del tamaño optimo de la planta, localización optima de la planta, ingeniero del proyecto y analisis administrativo.
- ✓ **Análisis económico financiero:** Es ordenar la información de carácter monetario que sirve para la evaluación economica. Los costos totales y la inversion inicial son costos de inversion donde la tecnologia seleccionada son determinante con la depreciacion y amortización de la inversion inicial.
- ✓ **Análisis socio-economico:** Donde se emplea metodos actuales como tasa interna de rendimiento y el valor presente neto y estos metodos contables evaluan el valor del dinero atravez del tiempo y es importante porque permitira decidir la implementación del proyecto en el mercado conla fabricación del producto con mejor tecnologia.
- ✓ **Resumen y conclusiones:** Indicara el resumen sobre el proyecto a realizar y con sus respectivas conclusiones indicando que se busca a momento de crear la empresa.
- ✓ **Retroalimentación:** Realizar las respectivas retroalimentación, se pueda cambiar o modificar algunos cambios que el proyecto necesite.
- ✓ **Decisión sobre el proyecto:** Se elige si se debe o no hacer el proyecto e indique si es conveniente realizarlo y en qué forma.

Pertinencia Teórica.

- ✓ **Definición de objetivos:** Se busca en el plan de negocio en crear una empresa que brinde servicios de cuidado integral y entrenamiento para canes que este ubicada en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.
- ✓ **Análisis de mercado:** Mediante el estudio del proyecto se busca analizar en que precio se dara a los cliente que necesiten del servicio para cuidado integral y entrenamiento para canes. Se determina que la demanda sera en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil en la necesite del servicio.
- ✓ **Análisis técnico operativo:** Se determina que el lugar que se brindara el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes sera en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil en que el negocio sera amplio y se pueda atender de mejor comodidad a los clientes.

Se realiazara en la parte legal en que cumpla con todos los documentos necesarios y se pueda crear el negocio.

- ✓ **Análisis económico financiero:** Mediante el estudio de investigación se evaluara la parte economica e indique los costos y el valor de la inversion inicial que se necesite en la creacion del proyecto.

  Se realizara la proyeccion fnanciera en el capitulo 4 e indique el van y la tir y se analize si es rentable o no en crear el negocio.
- ✓ **Análisis socio-economico:** Mediante el analisis socio-economico en las personas que sera dirigido el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes sera de clase media, sera en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil. Las personas que soliciten del servicio si podran obtenerlo por lo que los precios seran accesible dependiendo del servicio que requieran.
- ✓ **Resumen y conclusiones:** Se realizara la respectiva conclusiones sobre el proyecto de investigación en el plan de negocio.
- ✓ **Retroalimentación:** Se elabora una retroalimentación si es necesario para poder realizar con éxito el proyecto de investigación.
- ✓ **Decisión sobre el proyecto:** Se indicara cual es la decisión con respecto al proyecto de investigación si es conveniente crear el plan de negocio.

2.3.10 Creación de valor para los clientes con el fin de obtener a cambio valor de ellos.

Figura 11. Un modelo sencillo del proceso de marketing.

Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012, p.5)

En la actualidad en los mercados deben dar valor a los clientes y poder administrar las relaciones con los clientes. En la empresa de marketing saben el mercado y las necesidades de las personas,

realizan estrategias para dar valor y desenvuelven programas que permita dar valor y establecer relaciones con los clientes. Y obtienen valor de ellos por medio delas ventas, utilidad y la lealtad a la empresa.

Pertinencia Teórica:

Entender el mercado y las necesidades y los deseos del cliente: En el mercado los clientes tienen necesidades en cuidado integral y entrenamiento de canes.

Diseñar una estrategia de marketing impulsada por el cliente: Se realizara estrategias de marketing y se pueda crear un valor para los clientes.

Elaborar un programa de marketing integrado que proporcione un valor superior: En el capítulo 4 se realizara estrategias de marketing para obtener un valor superior de la empresa.

Establecer relaciones y redituales y lograr el deleite del cliente: Con la creación de valor a los clientes se lograra tener una utilidad y rentabilidad de los clientes que reciban del servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes.

Captar valor de los clientes para obtener utilidades y activos de ellos: Mediante la creación de valor que se le dará a los clientes se podrá obtener una mejor utilidad y ganancias para el negocio.

2.3.11 Elementos principales de un Sistema de marketing

Figura 12. Sistema moderno de marketing

Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012, p.8)

Indica los elementos en un sistema de marketing. Marketing es donde se sirve a los consumidores finales. El negocio estudia al mercado y a los consumidores para saber sus necesidades. Después de realizar el estudio se crea ofertas para el mercado y los consumidores, donde puede utilizar el marketing e intervienen importante influencia del entorno como (demográfico, económico, tecnológico, político, social y cultural).

Pertinencia Teórica:

Principales fuerzas ambientales:

Proveedores: Los proveedores serán para la alimentación, los accesorios para la peluquería, implementos médicos para vacunas, desparasitar y esterilizar a los canes y para el aseo de la mascota.

Compañía: Sera la empresa que brinde el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes.

Competidores: Actualmente en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil, no existe empresa que brinde servicios iguales o similares en el cuidado integral y entrenamiento de canes.

Intermediarios de marketing: Sera las actividades que se realicen como publicidad y promocionar los servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes para que los posibles clientes obtengan del servicio que soliciten.

Consumidores: Los clientes que van a recibir del servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, estarán ubicados en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.

2.3.12 Planeación estratégica.

Figura 13. Pasos de la planeacion estratégica

Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012, p.39)

Es un objetivo específico para guiar a la compañía, después del departamento de operaciones indica que productos y negocios es mejor para la compañía y cada uno de ellos tienen desarrollado el marketing y detallados, otros planes para el apoyo de la compañía donde el marketing tiene un papel importante en la empresa para todos los niveles de la compañía.

Pertinencia Teórica:

Para la planeacion de marketing y otras estrategias funcionales en la empresa, la misión y visión que será del negocio será elaborado en el siguiente capítulo 4, también se determine los objetivos y las metas en la empresa. Se contara con personas profesionales para les den un mejor servicio y atención a los clientes para sus canes.

2.3.13 Creación de una mezcla de marketing integrada.

Figura 14. Las cuatro P de la mezcla de marketing.

Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012, p.52)

En esta actividades quedan afuera de la mezcla de marketing, donde talvez se uniera las 4P o mas, seria mejor que la estrategia se diseñaria para un marketing integrado.

Pertinencia Teorica:

Producto: El servicio que recibirá los propietarios de los canes, se le brindara atención médica como vacunas, desparasitación, esterilización de machos y hembras, el servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y entrenamiento para la disciplina de los canes.

El producto que se brindara sera la alimentacion de una buena calidad, variedad de sabores y con diferentes caracteristicas, que sean marcas reconocidas. Adicional el servicio que se brindara sera de execelente calidad para los clientes en sus mascotas.

Precio: Se tendra de diferentes precios para la comodidad y facilidad de los clientes que deseen el servicio para sus canes.

Promocion: Se realizara constante publicidades en que promocione los servicios para los propietarios de los canes.

Plaza: Estará ubicado en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil, en la cual hay pocas empresas que brinden servicios iguales o similares en el cuidado integral y entrenamiento de canes.

2.3.14 Analisis de marketing

En el mercado las empresas necesitan realizar un análisis FODA, se pueda analizar las fortalezas (F), las oportunidades (O), las debilidades (D) y las amenazas (A) en general de la compañía.

Figura 15. Analisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Fuente: Libro de Marketing (Kotler & Armstrong, 2012, p.54)

Fortalezas: Donde las capacidades, recursos y factores ven lo positivo interno de la compañía y lograr sus objetivos con sus clientes.

Debilidades: Es lo negativo de las situaciones de la compañía y las limitaciones interna y externa que dificulta al crecimiento de la compañía.

Oportunidades: es el entorno que favorece para obtener ventaja y tener mejor oportunidad en el mercado.

Amenazas: Es el entorno que no favorece y donde se verificara el desempeño para superarlas.

Pertinencia Teórica:

Para la creación en el análisis completo en la compañía se realizara el análisis FODA en el capítulo 4 e indicara las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

2.3.15 Evaluación económica.

La parte final en el estudio de factibilidad es la evaluación económica, se sabrá el proceso de la producción, como los costos y el valor de la inversión que se necesita en el proyecto (Baca G. , 2013, p.207).

Pertinencia Teórica:

Para el plan de negocio se analizara la rentabilidad económica del proyecto en el capítulo cuatro e identificara las ventajas y desventajas en los métodos en el análisis si es rentable la empresa.

2.3.16 Valor presente neto (VPN)

Es la inversión principal del proyecto que entran flujos para el efectivo descontado y el capital del negocio, se lo realiza con técnica de elaboración de capital.

Figura 16. Valor presente neto (VPN).

$$\text{VPN} = \sum_{t=1}^{n} \frac{FE_t}{(1 + k)^t} - FE_0$$

Fuente: Libro de Principios de administración financiera (Lawrence J & Chad J, 2012,p.368)

Pertinencia Teórica.

En la elaboración del presente proyecto de investigación para la creación de la empresa que brinde el servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, en la obtención del presupuesto de capital se tendrá detallado en el capítulo cuatro e indique la administración financiera del proyecto, en la cual se va a evaluar el VPN para poder indicar si el proyecto es rentable o no.

2.3.17 Tasa interna de rendimiento (TIR).

La tasa de descuento que es igual al VPN de una oportunidad en inversión con $0, se debe que el valor presente en las cantidades de efectivo sea igual a la inversión inicial. Son tasas que ganara el negocio que se invirtió en un proyecto para recibir ganancia.

Figura 17. Tasa interna de rendimiento (TIR)

$$\$0 = \sum_{t=1}^{n} \frac{FE_t}{(1 + TIR)^t} - FE_0$$

$$\sum_{t=1}^{n} \frac{FE_t}{(1 + TIR)^t} = FE_0$$

Fuente: Libro de Principios de administración financiera (Lawrence J & Chad J, 2012,p.372)

Pertinencia teórica.

Se va a realizar la TIR en el proyecto de investigación que indicara la tasa de rendimiento en la cual genera ganancia en la creación de la empresa y en obtener la cantidad de efectivo esperada, se tendrá detallado en el capítulo cuatro de la administración financiera, en la cual indique los flujos de efectivos para cerciorarse que el negocio sea viable y rentable en la implementación de la empresa que brinde servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.

2.4 Marco legal

De forma general el proceso a seguir para la constitución legal de la empresa es:

- Solicitud de la reserva de la denominación.
- Apertura de la cuenta de integración de capital
- Levantamiento de escritura publica
- Envío de la escritura pública a la Superintendencia de compañías para su aprobación.
- Registrar ante un notario el acuerdo de aprobación la empresa por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos del presidente y representante legal.
- Obtención de la patente municipal.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Afiliación de empleaos y trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- Obtención del permiso sanitario de funcionamiento, permiso de bomberos.

2.4.1 Pasos para obtener la clave de acceso municipal:

1. PRE-REGISTRO

- Dar clic en el enlace siguiente: Registro de Ciudadano; o ingresar a la página principal www.guayaquil.gob.ec, dar clic sobre el ícono Servicios en línea y escoger del menú “Mi cuenta”, la opción Regístrate.
- Llenar formulario.
- Leer y aceptar el “Acuerdo de Responsabilidad”.
- Dar clic sobre el botón Registrar.

2. CONFIRMAR CORREO

- Ingresar a su correo electrónico pre-registrado.
- Dar clic en el enlace especificado para validar su registro y subir la documentación escaneada.
- Subir los documentos escaneados que solicita el sistema.
    - Persona Natural: cédula y certificado de votación.

- Persona Jurídica: cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.

Nota: Para extranjeros es necesario el pasaporte. Para personas de tercera edad y extranjeros no es necesario el certificado de votación.

3. RECEPCIÓN DE USUARIO Y CLAVE DE ACCESO

Una vez que complete su pre-registro, el personal de Atención Ciudadana realizará la revisión de sus datos y documentos escaneados. Por ello, si usted se pre-registra en el horario de lunes a viernes de 8:30 a 15:00, recibirá un mail con su usuario y clave de acceso en las siguientes dos horas laborables del mismo día. Caso contrario deberá esperar su mail de confirmación al siguiente día laborable (ANEXO 1).

2.4.2 Requisitos únicos para la obtención de Registro de Patente Municipal:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de ciudadanía y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación.
- Declaración del Impuesto a la Renta y, a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.

- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

Pasos del trámite:

1. En la página www.guayaquil.gob.ec sección de guía de trámites, formularios para trámites, financiero, descargar el formulario "Solicitud para registro de patente municipal".
2. Adjuntar los requisitos y entregar en las Ventanillas de la Dirección Financiera situadas en el Palacio Municipal, Clemente Ballén 119 y Malecón, Bloque Noroeste 2, planta baja o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio; donde se le indicará el valor de la liquidación correspondiente (No se aceptará información incompleta o ilegible).
3. El valor de la liquidación puede ser cancelado en las Cajas Recaudadoras de la Municipalidad situadas en el Palacio Municipal, Malecón 1600 y Clemente Ballén, esquina. Bloque 1 y Bloque 2, planta baja o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio. Atención:Lunes a Viernes 8h30 a 17h00 (ANEXO 6).

2.4.3 Requisitos generales para identificación del contribuyente (persona natural) o representante legal de la sociedad en inscripción o actualización del RUC.

Nombre del Requisito

- Documento de identificación
- Documento de votación
- Documento migratorio

2.4.3.1 Requisitos generales para identificación de la ubicación del domicilio y establecimientos del contribuyente (persona natural o sociedad) en inscripción o actualización del RUC.

Detalle del Requisito

- Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos (Presentación del original)
- Factura o estados de cuenta de otros servicios (Copia).
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural (Copia).
- Notas de Crédito y Notas de Débito (Copia).
- Cualquier documento emitido por una entidad pública (Copia, a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública).
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato (Copia).
- Contrato de Concesión Comercial o certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros (Copia).
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito (Copia).
- Patente Municipal, Permiso de Bomberos (Copia).
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio (Original).
- Carta de cesión de uso gratuito del inmueble (Original).
- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad (Copia).

2.4.4 Pasos para conseguir la tasa de habilitación.

1. Registrarse como usuario en la pág. web del municipio de Guayaquil.
2. Obtener la consulta de uso de suelo
3. Solicitud de la tasa de habilitación.

   Requisitos:

   - Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas.
   - Uso de Suelo Permitido para la Actividad Económica.

- Contar con el Certificado definitivo vigente del Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- La Patente Municipal vigente.
- Solo en caso de que el establecimiento sea cedido o permitido su uso de manera gratuita, concesionado o arrendado; deberá presentar uno de los siguientes documentos:
- Si el establecimiento es arrendado o concesionado con un canon mensual igual o mayor a un salario básico unificado deberá presentar:
  - Copia del contrato de arrendamiento con certificación de haber sido registrado ante un notario.
  - Si el establecimiento es arrendado o concesionado con un canon mensual menor a un salario básico unificado, o es cedido o permitido su uso de manera gratuita, el usuario deberá presentar uno de los siguientes requisitos:
  - Copia simple del contrato de arrendamiento.
  - Copia simple e la carta de autorización.
  - Declaración Juramentada afectada ante un notario, por parte del arrendador.

4. Pago y obtención de la tasa de habilitación (ANEXO 7).

2.4.5 Permiso Benemérito Cuerpo de Bomberos (Guayaquil).

Obtención de la tasa de servicio contra incendios por primera vez.

1. Si el tramite lo realiza personalmente, deberá traer copia de la cedula de ciudadanía. En caso que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con fotocopia de cedula de quien autoriza y del autorizado.

2. Copia completa y de fecha actual del Ruc (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.

3. En caso de ser persona jurídica deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del representante legal.

4. Copia de Consulta de Uso de suelo otorgada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

5. Copia del último pago del impuesto predial (ANEXO 8).

2.4.6 Dirección de registro insumos pecuarios

Garantizar la inocuidad, calidad y eficacia de los productos de uso veterinario utilizados para la prevención y control de enfermedades de los animales; mediante la aplicación de la normativa nacional e internacional.

Para mayor información:

1. **Registro de empresas y certificación de buenas prácticas de manufactura.**

La aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) permite asegurar las condiciones ambientales y de higiene durante la elaboración, almacenamiento, distribución y transporte de productos de uso veterinario; permitiendo controlar los procesos para que de esta manera se asegure la inocuidad y calidad de los productos.

Las personas naturales o jurídicas que deseen registrarse como establecimiento fabricante, elaborador por contrato, formulador, importador, exportador, comercializador y registro de productos veterinarios, deberán cumplir con Buenas Prácticas de Manufactura.

Procedimiento para el Registro de empresas

A. Normativa.
B. Certificación de BPM/BPA.

   Para establecimientos que fabriquen o elaboren por contrato, comercialicen, importen o exporten productos farmacológicos, biológicos y cosméticos como requisito previo a la obtención del registro de empresas.

   Para establecimientos que fabriquen, formulen, maquilen, comercialicen, importen o exporten alimentos de uso veterinario, como requisito previo a la obtención del registro de empresa.

   Control de la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para establecimientos que fabriquen, formulen, maquilen, comercialicen, importen o exporten alimentos de uso veterinario, como requisito previo a la obtención del registro de empresa.

C. Registro del Responsable Técnico.

Todas las personas naturales o jurídicas que fabriquen, elaboren por contrato, importen, exporten o comercialicen productos veterinarios deberán registrar un responsable técnico.

D. Base de Datos.

2. Registro de productos

Para registrar un producto veterinario previamente deberá estar registrado como establecimiento fabricante, elaborador por contrato, formulador, importador, exportador o comercializador de productos veterinarios.

Tabla de servicios

A. Normativa
B. Base de Datos
C. Productos Kits de Diagnóstico
D. Base de Datos
E. Base de Datos

3. Post registro

Controlar la calidad de la formulación de los productos de uso veterinario y verificar que estos cumplan con las características técnicas a las que dieron lugar al registro para que se comercialicen en el Ecuador.

A. Instructivo para la supervisión y control post registro de productos veterinarios
B. Procedimiento para inscripción y emisión del registro de Almacenes de expendió de plaguicidas y afines de uso agrícola y/o productos de uso veterinario.
C. Procedimiento para la autorización de Importación y Comercialización de medicamentos de uso veterinario que contengan sustancias catalogadas sujetas a control.
D. Base de Datos (Carlos Zuñiga).

2.4.7 Requisitos Generales para obtener el permiso Sanitario de funcionamiento a los establecimientos que prestan servicios veterinarios.

Artículo 5.- Los requisitos Generales para obtener el Permiso Sanitario de Funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centro de manejo de perros son:

- Solicitud de Registro.- Utilizando el formato de establecido.
- Pago de la Tasa de inspección.
- Informe positivo de la inspección a los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centro de manejo de perros, donde se verificará que las instalaciones y procedimientos estén acordes a las direcciones emitidas por AGROCALIDAD.
- Tratándose de Propietario Persona jurídica, copia del estatuto social vigente y copia del nombramiento de su representante legal.
- Copia de Cédula de identificación del propietario y administrador del establecimiento.
- Copia del título del Médico Veterinario debidamente registrado en el SENESCYT responsable del establecimiento, además, de los contratos respectivos.
- Carta de responsabilidad del Médico veterinario notariado.
- Croquis de ubicación.
- Plano del establecimiento, especificando el destino de cada una de sus dependencias.
- Procedimiento operativo estándar (POES) de eliminación de desechos médicos (productos biológicos contaminados con sangre, vacunas utilizadas, placas de frotis, objeto corto punzantes utilizados) y cadáveres.
- Autorización municipal.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Ruc actualizado.
- En el caso de clínicas u hospitales veterinarios presentar el Certificado de habilitación emitida por la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica.

  (Agrocalidad, 2017)

2.5 Marco Conceptual.

En el presente proyecto se va a realizar un plan de negocio mediante un documento se busca medir cual ser el impacto en la creación de un micro empresa que está destinada de brindar servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes con el propósito de brindar el servicio a los propietarios de los canes, en que se brindara atención médica como vacunas, desparasitación, esterilización de machos y hembras, el servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y entrenamiento para la disciplina de los canes.

En el plan de negocio se va a realizar el estudio de factibilidad, indicara la respectiva evaluación sobre el VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interno de Retorno) para saber si es recomendable o no en crear la empresa para el cuidado integral y entrenamiento de canes en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.

2.5.1 Desarrollo de la idea del producto o servicio.

Se refiere que una persona puede tener varias ideas para un negocio donde le va a permitir posesionarse bien en el mercado y se va a obtener una rentabilidad sea producto o servicio y que permite oportunidades para el crecimiento ya que también permitirá minimizar costo y que ofrecerá una viabilidad financiera y económica (Galindo, 2011)**.**

2.5.2 Oferta de productos y servicios.

Se analizan las empresas que ofrecen los mismos productos o servicios similares ya que juegan un papel importante por tener una porción del mercado; donde se va a estrategias como el precio, planes de promoción, nuevos canales de distribución para ser más atractivo para los clientes (Galindo, 2011).

2.5.3 Demanda de productos y servicios.

Está ligada con las necesidades de los consumidores sobre un producto o servicio ofrecido, donde dependerá la capacidad de pago, endeudamiento, gusto y la fidelización del cliente (Galindo, 2011).

2.5.4 Investigación del mercado.

Es indagar sobre las necesidades de los consumidores para saber el grado de aceptación de servicio en el mercado, el precio pagarían también los clientes con que realizan dichos consumos. También es importante los datos estadísticos de crecimiento demográfico, y económico del país, de los consumidores, producción y venta de bienes o servicios (Galindo, 2011).

2.5.5 Estados Financieros.

Es reflejar la situación económica y financiera del proyecto, la información generada permite ver si la inversión por los socios es rentable en corto, mediano y largo plazo y si refleja perdida es importante evaluar la información para aplicar los correctivos necesarios (Galindo, 2011).

2.5.6 Segmento de mercado.

Es una porción de clientes potenciales que poseen características comunes entre sí, algunas características pueden ser gustos, hábitos de consumo, frecuencia de compra, lugar de ubicación geográfica, capacidad económica, nivel cultural, edad, sexo, religión, etc. (Flóres, 2012).

2.5.7 El producto y/o servicio.

Es el bien que se va a comercializar y que debe tener altos nivel de innovación y calidad, también debe tener presente característica de uso atributos, ventas y beneficios-(Flóres, 2012).

2.5.8 Gastos de ventas.

Para controlar y optimizar proceso de venta y comercialización encontramos como sueldos y salarios de vendedores, conductores, transportes y despachos, facturación, suministros y servicios públicos, etc. (Galindo, 2011).

2.5.9 Gasto administrativo.

Son los gastos que incurren la empresa para su funcionamiento administrativo como depreciación de edificios, muebles y enseres, equipos de oficina, computadora, gastos de papelería, mantenimiento, sueldo y salarios de secretarias o gerentes, servicios básicos, etc. (Galindo, 2011).

2.5.10 Nuestros clientes.

Se necesita saber cuales son las caracteristicas de los posibles clientes: cómo son, donde viven, cuanto ganan, que gustos tienen, etc (Salinas, Gándara, & Alonso, 2012).

2.5.11 La competencia.

Para mayor éxito en el servicio que brinda la empresa, se debe saber quienes son los competidores mas cercanos y como se desarrollan sea en el servicio que brinde y a que precio y que aceptacion tienen en el mercado (Salinas, Gándara, & Alonso, 2012).

2.5.12 Marketing estratégico.

Se necesita saber las necesidaes sean actuales y futuras de los clientes, ubicar nuevos nichos de mercado, verificar los segmentos de mercado ótenciales, estimar el interes de los mercados, poner a la empresa en busca de las oportunidades y realizar un plan que alcance los objetivos buscados (Salinas S, Gándara M, & Alonso S, 2012).

2.5.13 Precio.

Las empresas que van a colocar en un mercado debe tener el precio que va a tener el servicio. El precio es una de las variables del marketing y se puede interponerse con eficacia y que resulte un efecto inmediato en los demandantes del servicio ofrecido (Salinas, Gándara, & Alonso, 2012).

2.5.14 Promoción.

Dar a conocer nuestro producto o servicio a los posibles clientes en como es, en donde puede adquirirlo y a que precio; debemos indicarle sobre la existencia del producto o servicio (Salinas, Gándara, & Alonso, 2012).

2.5.15 Decisiones de estrategia de marketing.

Es una forma que la empresa busca satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes, donde incluye con actividades asociadas para mantener relaciones con otros grupos de interes, con empleados o socios de la misma cadena (O.C. Ferrell, 2012).

2.5.16 Implementación de marketing.

Es el proceso de la estrategia de marketing donde se aplica la planeacion. En vez de ser una de marketing y una extencion de la estrategia, la implementacion es en parte de la planeacion (O.C. Ferrell, 2012).

2.5.17 Analisis de costos.

Permite realizar un analisis de ingresos, costos y gastos para poder proyectar estados financieros y verificar si es rentable el negocio (Weinberger, 2009).

2.5.18 Inversion inicial.

Es donde se incluye todos los activos fijos tangibles e intangibles para el negocio. Los activos fijos se incluye vehiculos, equipo de oficina, equipo de computo, terreno etc. Para la inversion inicicial se busca socios para el ingreso de capital y algunos activos fijos (Weinberger, 2009).

2.5.19 Capital de trabajo

Es un capital diferente de la inversion inicial y es necesario para poner en marcha la empresa, como la primera produccion de la empresa que sirve para cancelar la mano de obra, la materia prima (Weinberger, 2009).

2.5.20 Proyección de flujo de caja.

Es basico para la evaluacion de proyecto y planificacion financiera, donde se podra ver todos los ingresos y egresos actuales y futuros de la empresa (Weinberger, 2009).

2.5.21 Analisis de rentabilidad.

Es donde se desea que la inversion inicial sea rentable para cualquier persona que requiere que la rentabilidad de los cifrados bancarios sea superior al ingresado (Weinberger, 2009).

2.5.22 Estado de Ganancia y Pérdidas.

Es el estado que muestra a la empresa las ganancias o perdida en un tiempo determinado para ver la rentabilidad de la empresa (Weinberger, 2009).

2.5.23 Balance General.

Es la situación financiera de la empresa donde se encuentra los activos, pasivos y patrimonios, donde el resultado de activos tiene que ser igual al total de pasivos y patrimonio (Weinberger, 2009).

2.5.24 Analisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio.

Se analizan diferentes escenarios, pueden ser muy conservadores y optimistas, para que el flujo de caja es importante como el precio del producto, los ingresos, tasa de interes etc (Weinberger, 2009).

2.5.25 Tecnología.

Las empresas deben contar con tecnología para adaptarse al mercado como maquinarias, equipos y programas de computación para la mejor produccion de la empresa (Weinberger, 2009).

2.5.26 Precio de venta.

Son uno de los factores importantesen la empresa, influye el nivel de la demanda de un servicio. Se toma con base de costos variables o fijos depende de las politicas de la compañía (Galindo, 2011).

2.5.27 Cliente.

Es la persona quien adquiere un producto o servicio, se toma en cuenta la marca, cantidad y precio (Galindo, 2011).

2.5.28 Consumidor.

Es la persona quien utiliza los productos o servicios, es el obejito final de la empresa (Galindo, 2011).

2.5.29 Sueldo y salario.

Sueldo es un pago que se hace al trabajador, sea admnistrativo o de oficinas. Salario es una remuneracion que reciben los operarios por la labor realizada (Galindo, 2011).

2.5.30 Selección de personal.

La empresa debe clasifcar las entrevstas y las pruebas realizadas, buscando un candidato ideal que tenga todos los requisitos que necesitan. Se puede realizar con diferentes tecnicas como entrevistas de selección, pruebas de personalidad etc (Galindo, 2011).

2.5.31 Reclutamiento.

Es la busqueda de personas en el mercado laboral. Se puede obtener mediante externo es decir de otras empresas y en agencias de empleos o actualmente sin empleo (Galindo, 2011).

2.5.32 Contratación del personal.

Para realizar el contrato en el personal debe cumplir los requsistos exigidos en la empresa. Los pasos que se debe realizar es proceso de reclutamiento, proceso de selección y final en la contratación del personal (Galindo, 2011).

2.5.33 Organigrama.

Muestra la parte de la estructura en la compañía, mediante sus funciones y que cargo desempeña cada uno de los trabajadores (Galindo, 2011).

2.5.34 Marketing Mix.

Es para alcanzar las metas fijadas. Se divide en variables como producto, precio, distribución y promoción (Salinas, Gándara, & Alonso, 2012).

2.5.35 Producto.

Es lo que se puede ofrecer en una empresa ya sea para uso o consumo y se pueda satisfacer a las personas ya sea por medio de un deseo o una necesidad (Salinas, Gándara, & Alonso, 2012).

2.5.36 Plan de negocio.

Es la creación, evaluación y realizar un proyecto de inversión (Flóres, 2012).

2.5.37 Mercado potencial.

Donde la empresa se va a encontrar el volumen potencial de clientes en el mercado para acceder al servicio. Mediante el volumen de cifras de ganancias pueden variar según la estrategia de la competencia y el comportamiento de los clientes (Best, 2007).

2.5.38 Demanda de Mercado.

Es la captación de nuevos clientes en el mercado y fiabilidad de los clientes ya existentes (Best, 2007).

2.5.39 Cuota del mercado.

Donde se verifica la acogida del producto en el mercado, se observa para aumentar las instalaciones productivas para cubrir las ventas futuras en el mercado (Best, 2007).

2.5.40 Marketing de relaciones con los clientes.

Se captan nuevos clientes que sean duraderos, la relación entre ambos de los beneficios tanto al cliente como la empresa. (Best, 2007).

2.5.41 Los canales de marketing y la elección de la estrategia de distribución.

En la elección y los canales de marketing tendrá un impacto directo mediante tres áreas de resultados (Best, 2007):

- ✓ **Valor al cliente:** Los ingresos pueden variar, según como se lo trate y de la calidad de servicio que se les den a los clientes.
- ✓ **Ingresos por ventas:** Según el medio que se captan los clientes o ya existente para ver el flujo de ventas.
- ✓ **Rentabilidad:** Según el medio de captar clientes y se verifica los ingresos, gastos de la empresa.

2.5.42 Proceso de planificación estratégica del mercado.

Son los diferentes negocios de una empresa según sea a corto y largo plazo, donde algunos negocios van a requerir inversiones extras para conseguir mayor producción y tener más beneficios. Donde los recursos son limitados en el mercado y se tiene que realizar estrategias para que se establezcan las directrices donde se va a obtener recursos para el crecimiento en las ventas. (Best, 2007).

2.5.43 Evaluación financiera.

Es donde se adquiere y se cancelan los recursos manejados en el proyecto, sin importar la forma como se reparten de las utilidades que se ha obtenido. En el flujo financiero se constituye en el costo, gasto y las utilidades y en el valor residual es igual a la evaluación económica (Galindo R., 2011).

2.5.44 Balance Inicial.

Es un estado financiero que se obtiene al elaborar la empresa, es decir el resultado de los ingresos en el proyecto, presentado por el capital de los socios o prestamos financieros obtenidos en las entidades bancarias en las cuales se refleja en los activos fijos, efectivo (Galindo R., 2011).

2.5.45 Costo de ventas.

Es el valor que establece en cuanto cuesta la mercadería que se encuentra disponible para la venta, se abarca los costos en la materia prima, mano de obra directa durante el proceso y costos en la fabricación (Galindo R., 2011).

2.5.46 Gastos de Administración.

Son gastos que tiene la empresa en la parte administrativa, organizacional y gerencial (Galindo R., 2011).

2.5.47 Gastos de Ventas.

Se utilizan para examinar y perfeccionar en los procesos de venta y en la comercialización, se encuentra los sueldos y en los salarios de los vendedores, facturación, servicios públicos, etc. (Galindo R., 2011).

CAPÍTULO 3
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de Investigación:

3.1.1 Cuantitativa

Son procesos secuencuales rigurosas que no se puede saltar en ninguna fase ya que son parte de idea de la literatura y teorica. Se realiza recopilacion de datos con medicion estadistico para probar teorias con patrones de comportamiento (Hernández & Baptista, 2010, p.4).

Para el proyecto de investigación se realizara una recopilación de datos mediante encuestas a las personas que viven en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil, se tendrá información sobre sus mascotas que son los canes y se pueda realizar con sus respectivas estadísticas sobre la mascota.

3.2 Tipo de Investigación:

La presente investigación es de forma descriptiva y de campo.

3.2.1 Descriptiva

Son con el proposito de describir situaciones y eventos. Donde se especifica las propiedades de grupos, comunidades, personas que son importantes para ellos se analice. (Hernández, & Baptista, 2010, p. 80)

Es descriptiva porque se va ha describir la realidad de las personas que se encuentran viviendo en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil, donde se va a realizar una encuesta y se va a obtener información en la cual es la situación de las personas con respecto a los cuidados de sus canes.

3.2.2 Campo.

Forma que el investigador ingresa y está en el entorno que experimenta en la empresa (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 375).

La presente investigación es de campo debido a que las encuestas se va a realizar en las ciudadelas que sera en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil.

3.3 Diseño de investigación:

Para el proyecto el diseño de la investigación son de forma transversal y no experimental.

3.3.1 Transversal

Es investigación donde se recopila datos para una ocasión analizar las ocasiones en un momento determinado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 154).

La presente investigación es transversal porque se va a aplicar una encuesta en la sola vez durante la investigación que sera en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.

3.3.2 No experimental

Son investigaciones que se dan de forma natural para hacer un analisis para ver el resultado si imposible, manipular o asignacion aletoriamente donde se realizaron estudios en su ambiente natural (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

La presente investigación es no experimental porque solo se le va a hacer consulta a las personas en cual es su necesidad, con respecto a los cuidados de sus canes en prevenir enfermedades para los parásitos, pulgas, garrapatas u otras enfermedades y suele tener un mal comportamiento con las personas que este a su alrededor.

3.4 Población y muestra:

3.4.1 Población.

La población que se va examinar son las personas o familias que tengan canes en su hogar y se alojan en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil que correspondan a la población económicamente activa.

En el proceso de la investigación del mercado sirve como un medio de recopilación de información que nos ayuda anticipar problemas.

Se determina un sistema de análisis en la información técnica que podrá recopilar, clasificar, organizar e interpretar los datos sea cuantitativo conseguidos el origen de la información para poder tomar decisiones apropiadas para una mejor dirección en la empresa.

Para poder realizar una mejor investigación de mercado es necesario realizar encuestas y se debe elegir una muestra.

El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (Icen): Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas, es decir un valor aproximado de 4 personas por hogar (Inec: Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas, 2013).

A continuación se detalla un aproximado en la cantidad de casas y posibles personas en donde se encuentran ubicadas las ciudadelas en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.

- ✓ **Urb. Jardines del Rio:** 124 casas = 496 personas.
- ✓ **Veranda:** 400 casas = 1600 personas.
- ✓ **Ciudad del Rio I:** 602 casas = 2408 personas.
- ✓ **Ciudad del Rio II:** 400 casas = 1600 personas.
- ✓ **Metrópolis II:** 1125 casas = 4500 personas.
- ✓ **Cdla. Mucho lote II:** 10000 casas = 40000 personas.
- ✓ **Urb. Paraíso del Rio:** I y II. 1600 casas = 6400 personas.
- ✓ **Urb. Villa España II:** 450 casas x 4 sectores = 1800 casas = 7200 personas.
- ✓ **Urb. Victoria del Rio:** 400 casas = 1600 personas.
- ✓ **Urb. Victoria:** 450 casas = 1800 personas.
- ✓ **Urb. Plaza Victoria:** 420 casas = 1680 personas.
- ✓ **Condominios la Perla:** 30 Departamentos = 120 personas.
- ✓ **Urb. “La Perla” Segunda Etapa:** 430 casas = 1720 personas.

Total = 71574 Personas

Total casas = 17.894 casas

(Inec: Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas, 2013)

La cantidad de casas que se refleja de cada ciudadela en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil son brindadas por cada uno de los administradores de las urbanizaciones.

3.4.2 Tamaño de muestra.

En base que no se tiene la cantidad total de personas que hay en ese sector de la Autopista Terminal Terretre Pascuales de Guayaquil en la cual se va a realizar encuestas, se realiza a continuacion un tamaño de muestra de poblacion desconocida.

FORMULA:

$$n = \frac{z^2pq}{e^2}$$

N= Tamaño de la muestra.

Z= Valor del área bajo la curva normal (depende del NC)

P= Probabilidad de exito (Proporcion esperada)

Q= Probabilidad de fracaso (1-p)

E= Error maximo admisible.

NC= 94
P= 0,5
Q= 0,5
E=8
Z=1,88

R// Se necesita una muestra de 138 personas.

3.5 Tecnicas e instrumentos de investigación: La encuesta

3.5.1 La encuesta

Para crear un cuestionario se necesita tener en cuenta: explicar en breve cuales son los motivos y los objetivos de la encuesta con preguntas directas, mediante las preguntas no deben superar dos líneas. Evitar que las preguntas sean comprometidas o sean íntimas.

Para analizar la cuesta, se debe añadir preguntas que se pueda identificar cual es el perfil de la persona que se realiza la encuesta ya sea en el sexo, edad. Se debe tener presente que es necesario realizar preguntas cerradas y abiertas para las encuestas.

3.5.3 Análisis de Resultados de Encuesta

1.- ¿Poseen canes en su domicilio?

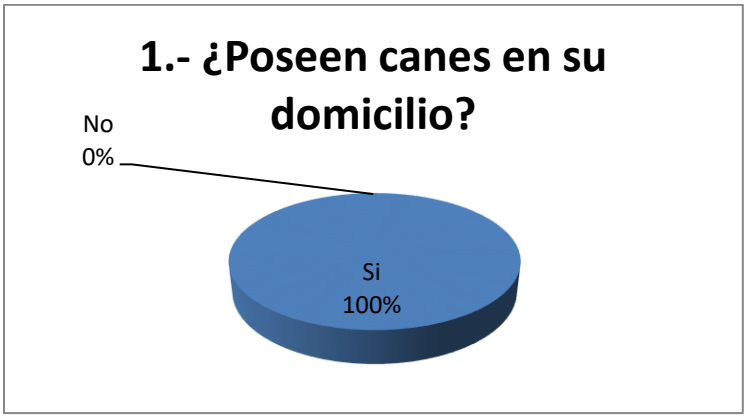
Tabla 1 Poseen canes el su domicilio.

OPCIONES	CANT	%
Si	138	100%
No		0%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López

GRÁFICO

Gráfico 1 Poseen canes el su domicilio.



ANÁLISIS

Los resultados demuestran que 138 personas en la ciudadela Mucho Lote 2 que se le realizo la pregunto si tenían canes en su domicilio.

Indica que un total de población de hogares en el sector norte de la ciudadela de Mucho Lote 2 que es total de 10000 casas, lo que implica que hay un mercado meta de lo que quisiera que nos compre un total de 138 personas aproximadamente de la cual ese público que es el mercado meta abra que determinar cuál es nuestra cuota de mercado que es la participación.

***Si en la pregunta N° 1 es si:**

2.- ¿Cuántos canes tienen actualmente?

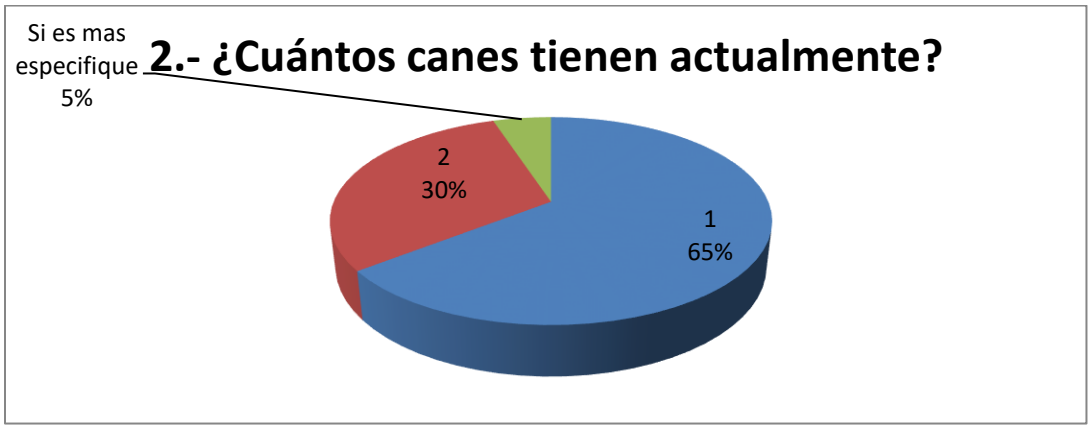
Tabla 2 Cantidad de canes tiene actualmente.

OPCIONES	CANT	%
1	89	64%
2	42	30%
Si es mas especifique	7	5%
Total	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 1 Cantidad de canes tiene actualmente.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Mediante los resultados obtenidos refleja que habrá demanda en ese mercado en esas 10000 casas que hay en la ciudadela Mucho Lote 2 indica que el 65% de las personas, indico que tienen actualmente un can, el 30% que tienen 2 canes en sus domicilios y un 5% las personas que tienen mas de dos canes.

3.- ¿Qué servicios usted requiere para el cuidado de su can?

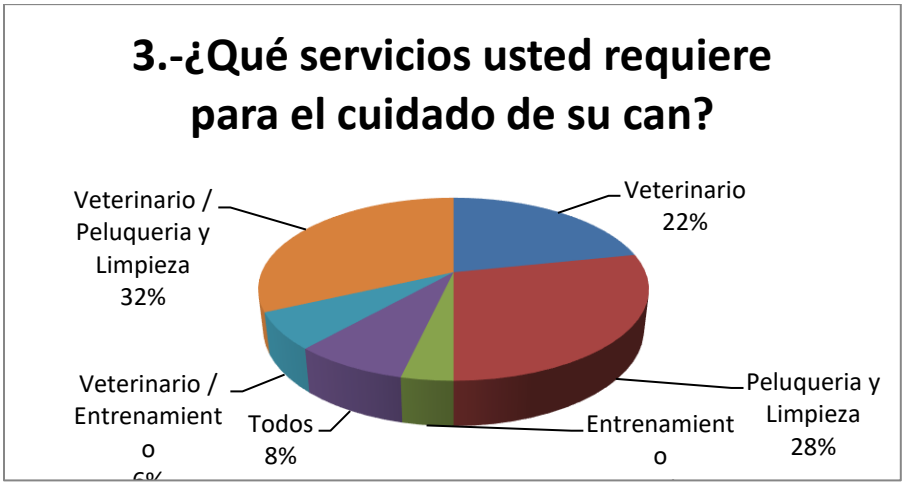
Tabla 3. Servicio que requiere para el cuidado del can.

OPCIONES	CANT	%
Veterinario	30	22%
Peluqueria y Limpieza	39	28%
Entrenamiento	5	4%
Todos	11	8%
Veterinario / Entrenamiento	9	7%
Veterinario / Peluqueria y Limpieza	44	32%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 2 Servicio que requiere para el cuidado del can.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 44% de los habitantes indicaron Veterinario/ Peluquería y Limpieza, el 39% solo en Peluquería y Limpieza, el 30% en Veterinario, el 11 % en todas las opciones y el 9% en Veterinario / Entrenamiento, en cuanto a que servicios requieren para el cuidado de su can.

Mediante los resultados obtenidos se indica que de los10000 casas que hay en Mucho lote 2, las 138 personas que tienen canes en su domicilio si requieren de servicios para el cuidado de su mascota, en la cual existe una gran demanda que se tendrá en el plan de negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes.

Pese a que nuestra investigación se ha enfocado como un producto especial, en cuidado integral y entrenamiento de canes, un valor agregado de entrenar a los canes, los resultados dan a entender las personas no sienten la necesidad, con el presente proyecto hemos de establecer estrategias comerciales de persuasión y de venta para incentivar a las personas que se sientan atraída por este servicio.

***Si en la pregunta N° 3 es Veterinario:**

4. **¿Usted lleva al veterinario a su can?**

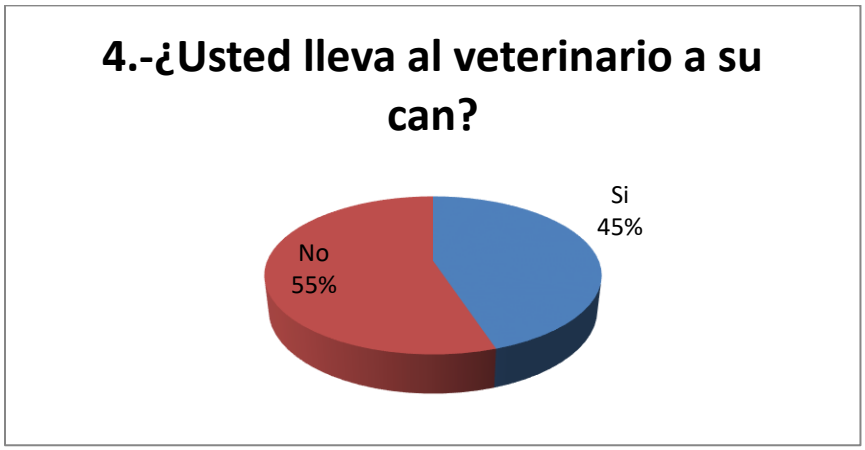
Tabla 4 Lleva al veterinario el can.

OPCIONES	CANT	%
Si	62	45%
No	76	55%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 3 Lleva al veterinario el can.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 45% de las personas respondió que sí y el 55% que no, en cuanto si llevan al veterinario a su can.

Esto refleja que los propietarios tienen algun impedimento en la cual lleve su can al veterinario en que se demuestra un 45% de las personas si lo hacen y el 55% que no, es necesario verificar cuales son los motivos que no lo realizen.

***Si en la pregunta N° 4 es Si:**

5. **¿Cada que tiempo lleva su can al veterinario?**

Tabla 5 Tiempo que lleva el can al veterinario.

OPCIONES	CANT	%
Tres meses	39	63%
Seis meses	18	29%
Anual	5	8%
TOTAL	**62**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 4 Tiempo que lleva el can al veterinario.

Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 63% de las personas indicaron que en tres meses, el 29% en seis meses y el 8% en anual, en cuanto en que tiempo llevan a su can al veterinario.

Esto significa que las personas que son propietarios de los canes cada cierto tiempo si llevan a su mascota al veterinario y en ese sector hay un crecimiento de población que son los posibles clientes para la empresa de cuidado integral y entrenamiento para canes.

***Si en la pregunta N° 4 es No:**

6.- ¿Qué razones le impiden llevarlo al veterinario?

Tabla 6 Razones que impiden llevarlo al veterinario.

OPCIONES	CANT	%
Falta de tiempo	23	30%
No hay buenos precios	11	14%
No hay un veterinario cerca de su domicilio	35	46%
Descuido	7	9%
TOTAL	**76**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 5 Razones que impiden llevarlo al veterinario.

Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 9% de las personas es por descuido, el 46% es que no hay un veterinario cerca de su domicilio, el 30% es por falta de tiempo y el 14% porque no hay buenos precios, en cuanto que razones le impiden llevar su mascota al veterinario.

Se tiene ventaja en la cual de las personas que se encuesto indico el 46% que no hay un veterinario cerca de su domicilio, con la empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes en ese sector se podrá brindar el servicio de veterinario a los propietarios de la mascota que no reciban del servicio.

***Si en la pregunta N° 3 es Peluquería y Limpieza:**

7.- ¿Usted contrata servicio de peluquería y aseo para su can?

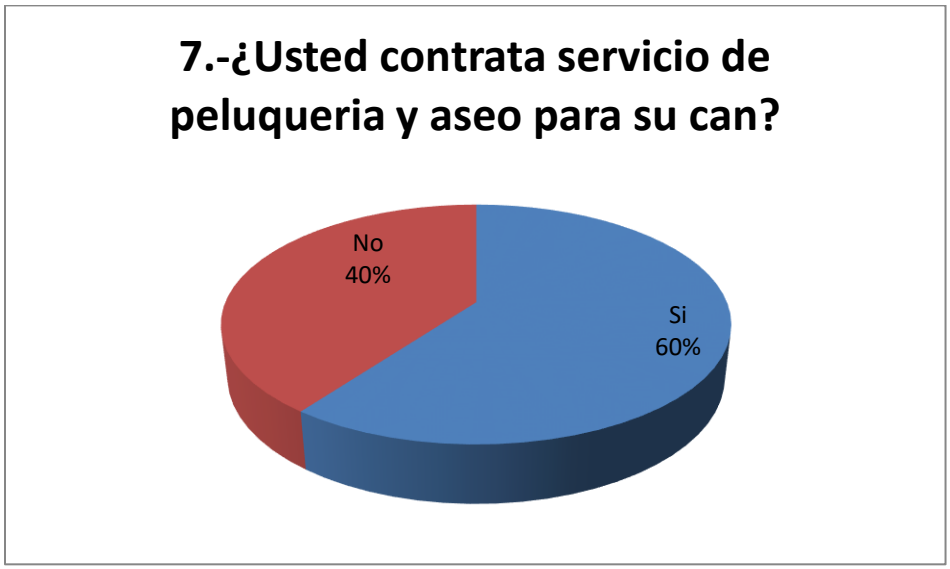
Tabla 7 Contrata servicio de peluquería y aseo para el can.

OPCIONES	CANT	%
Si	83	60%
No	55	40%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 6 Contrata servicio de peluquería y aseo para el can.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 60% de las personas indicaron que sí y el 40% que no, en cuanto que si contrata el servicio de peluquería y aseo para su can.

Existe un gran mercado en que contrata de un servicio de peluquería y aseo para su can, en donde el estudio para el plan de negocio se enfoca en ese sector en donde hay un crecimiento poblacional y son posibles clientes para la empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes.

***Si en la pregunta N° 7 es Si:**

8.- ¿Cada que tiempo contrata los servicios de peluquería?

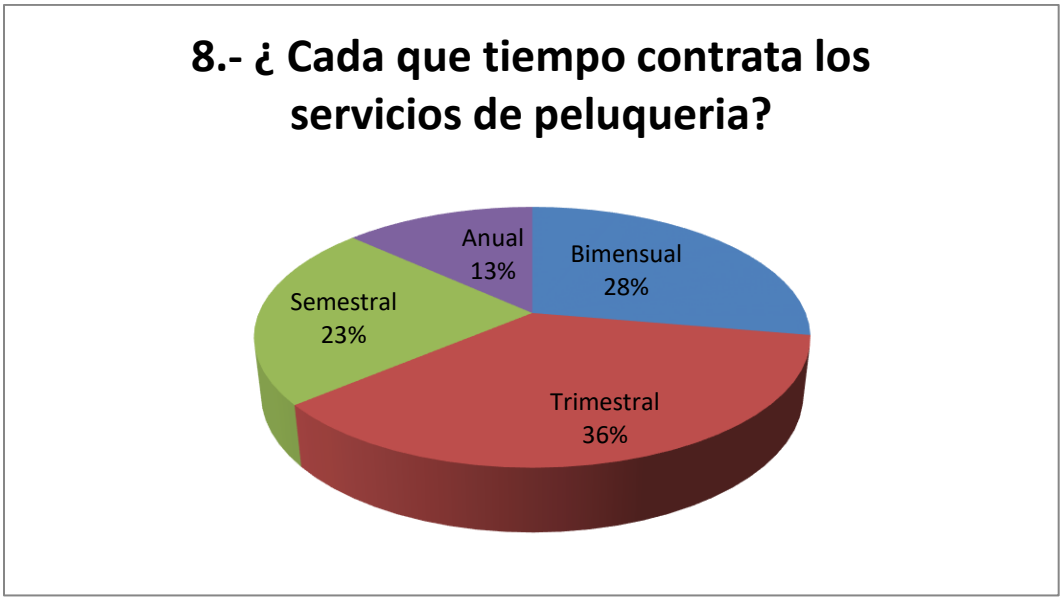
Tabla 8 Tiempo que contrata los servicios de peluquería.

OPCIONES	CANT	%
Bimensual	23	28%
Trimestral	30	36%
Semestral	19	23%
Anual	11	13%
TOTAL	**83**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 7 Tiempo que contrata los servicios de peluquería.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 36% de las personas indicaron que en trimestral, el 23% en semestral, el 28% es bimensual y el 13% es anual en que tiempo contrata los servicios de peluquería.

Refleja que las personas que son propietarios de los canes cada cierto tiempo si contrata un servicio para peluquería en la cual, también influye la limpieza que es el baño a las mascotas. Significa que es un mercado potencial que se podrá brindar el servicio de peluquería para los canes.

***Si en la pregunta N° 7 es No:**

9.- ¿Qué razones impiden que usted contrate un servicio de peluquería?

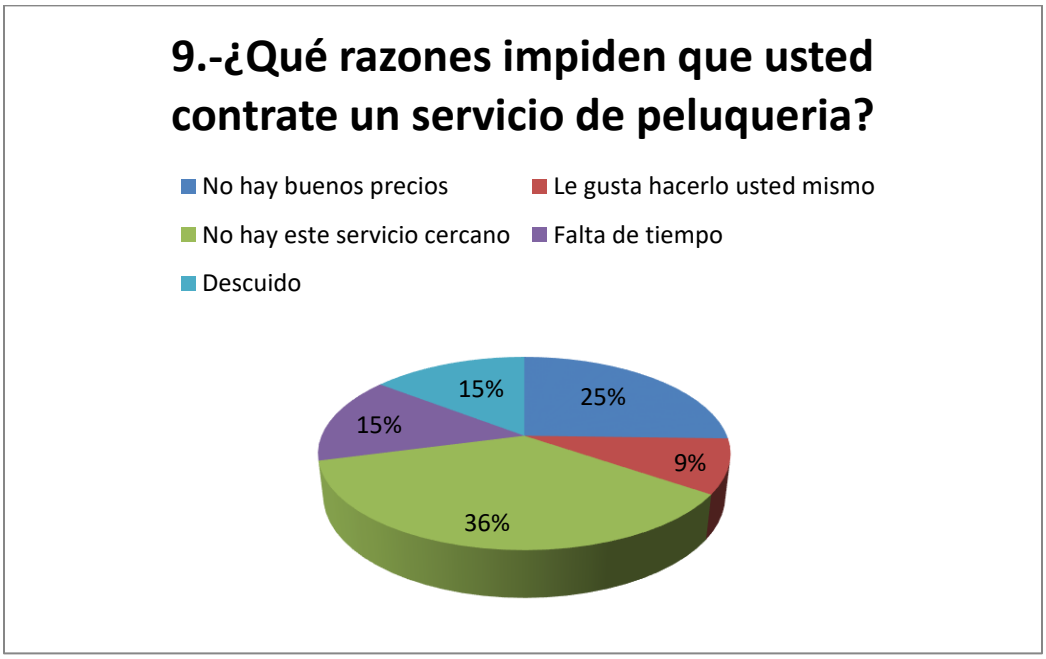
Tabla 9 Razones que impiden contratar el servicio de peluquería.

OPCIONES	CANT	%
No hay buenos precios	14	25%
Le gusta hacerlo usted mismo	5	9%
No hay este servicio cercano	20	36%
Falta de tiempo	8	15%
Descuido	8	15%
TOTAL	**55**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 8 Razones que impiden contratar el servicio de peluquería.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 9% de las personas le gusta hacerlo por uno mismo, 36% no hay el servicio cercano, el 15% que es por descuido y por falta de tiempo, el 25% que no hay buenos precios en cuáles son las razones que impiden contratar el servicio de peluquería.

Este servicio va a tener una demanda atractiva, aunque existen impedimentos para las personas contraten servicio de peluquería, del 36% no tienen el servicio cercano, con el estudio del plan negocio se establecerá la empresa en un lugar que sea cerca de su domicilio y tendrán precios accesibles para que requieran de la peluquería.

10.- ¿Usted contrata servicio de entrenamiento para su can?

Tabla 10 Contrata el servicio de entrenamiento para el can.

OPCIONES	CANT	%
Si	27	20%
No	111	80%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 9 Contrata el servicio de entrenamiento para el can.

Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 80% de las personas indicaron que no y el 20% que si, en cuanto si contrata el servicio de entrenamiento para su can.

Aunque la mayoría de las personas no contratan el servicio de entrenamiento para su mascota, se establecerá estrategias adecuadas para que las personas tengan la necesidad de solicitar el servicio para su can.

***Si en la pregunta N° 10 es No:**

11.- ¿Qué razones han impedido que contrate un servicio de entrenamiento?

Tabla 11 Razones que impiden contratar un servicio de entrenamiento.

OPCIONES	CANT	%
No ha encontrado un servicio cercano	34	31%
No hay buenos precios	50	45%
No lo considera necesario	27	24%
TOTAL	**111**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 10 Razones que impiden contratar un servicio de entrenamiento.

Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 34% de los habitantes, no ha encontrado un servicio cercano, el 24% no lo considera necesario, el 45% no hay buenos precios, en que razones le han impedido que contrate un servicio de entrenamiento para canes.

Aunque un total de 80% de las personas no contratan el servicio de entrenamiento para can, en la cual indicaron el 31% que no han encontrado un servicio cercano, por ese motivo se implementara ese servicio en que ya tendrán un local cerca a sus domicilios y puedan solicitar para entrenar a sus canes.

En las personas que no lo considera necesario, se realizara estrategias de marketing en el capítulo cuatro, para que tengan y sientan la necesidad de entrenar a su mascota.

En el siguiente capítulo, se establecerá precios justos y accesibles para las personas puedan requerir servicio de entrenamiento para su mascota.

12.- ¿Usted compra comida para su can?

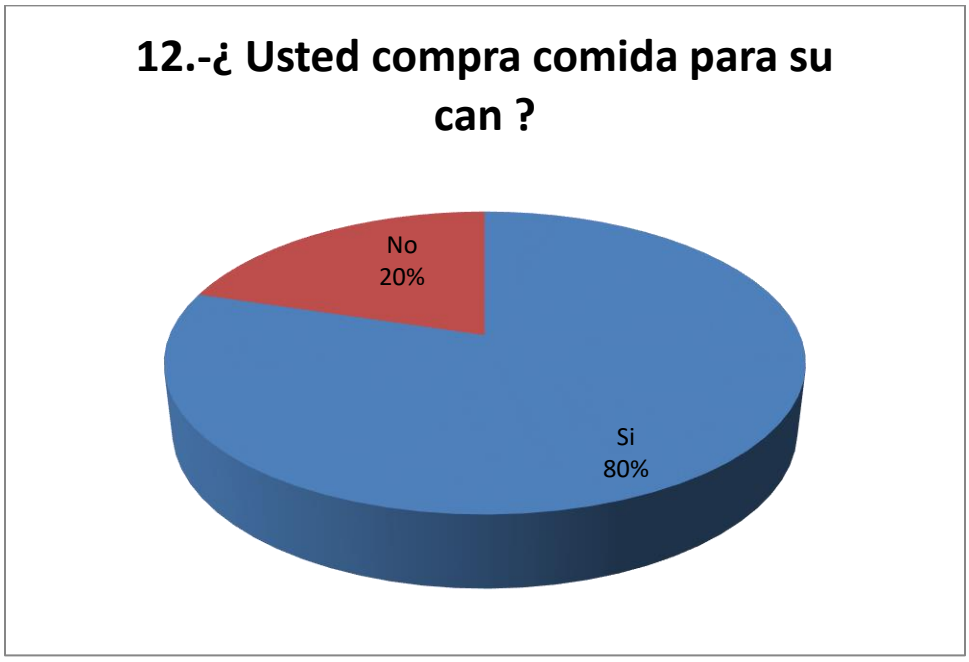
Tabla 12 Compra comida para el can.

OPCIONES	CANT	%
Si	110	80%
No	28	20%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 11 Compra comida para el can.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 80% de las personas indicaron que sí y el 20% que no, en cuanto si compran comida para su canes.

Eso indica que es factible en el plan de negocio para brindar alimentos de canes, porque la mayoría de las personas encuestadas si le compran comida a su mascota.

***Si en la pregunta N° 12 es Si:**

13.- ¿Qué marca compra?

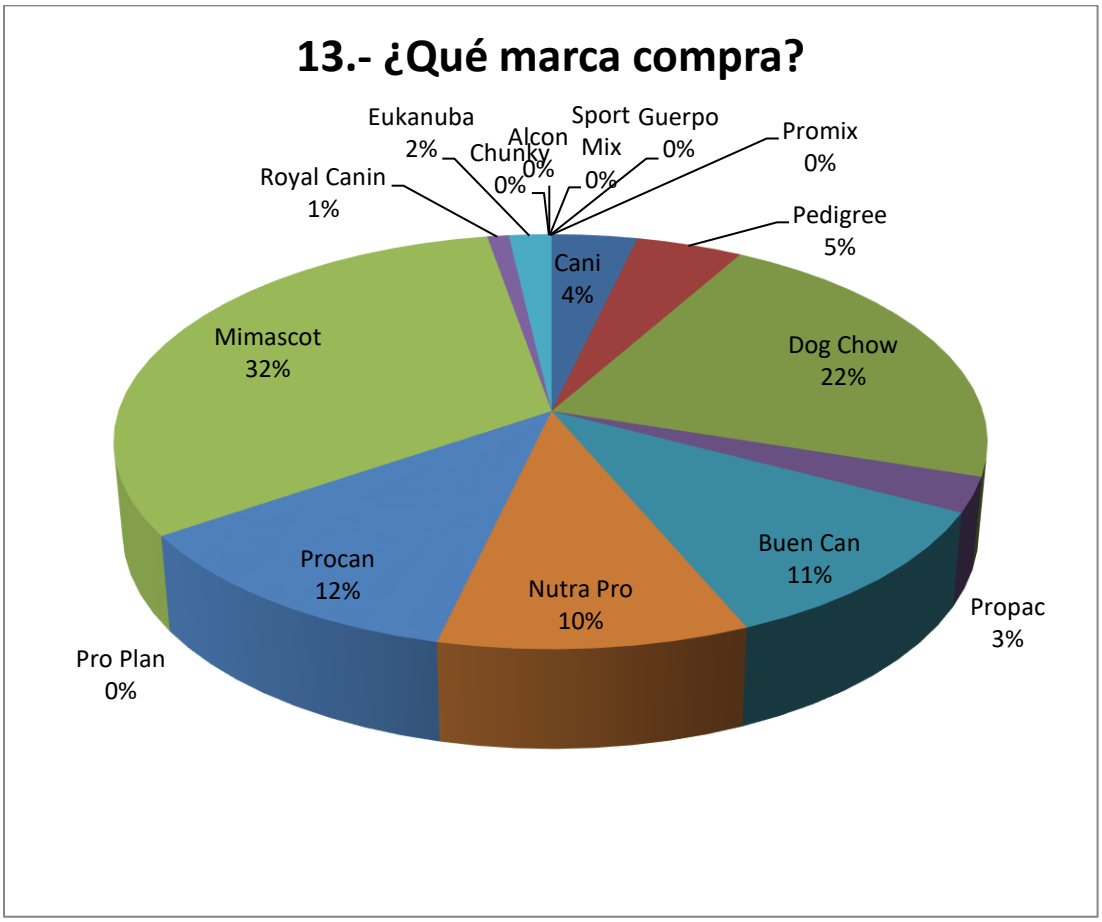
Tabla 13 La marca que compra.

OPCIONES	CANT	%
Cani	4	4%
Pedigree	5	5%
Dog Chow	24	22%
Propac	3	3%
Buen Can	12	11%
Nutra Pro	11	10%
Procan	13	12%
Pro Plan	0	0%
Mimascot	35	32%
Royal Canin	1	1%
Eukanuba	2	2%
Chunky	0	0%
Alcon	0	0%
Sport Mix	0	0%
Guerpo	0	0%
Promix	0	0%
TOTAL	**110**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 12 La marca que compra.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 32% de los encuestados indicaron que es Mimaskot, el 22% es Dog Chow, el 12% es Procan, el 10% es Nutra Pro y el Buen Can 11%, el 5% es Pedigree, el 3% es el Propac y el 4% son los Cani y Eukanuba 2%, Royal Canin 1%, en cuanto que marca de comida le compran a sus canes.

Refleja como principales que las personas adquieren alimentos para su can son como Mimascot, Dog Chow y Procan, en la cual esas serían las marcas que se ofrecería en el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes para las personas que tenga mascota.

14.- ¿Usted cuanto estaría dispuesto a invertir mensualmente en su can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado?

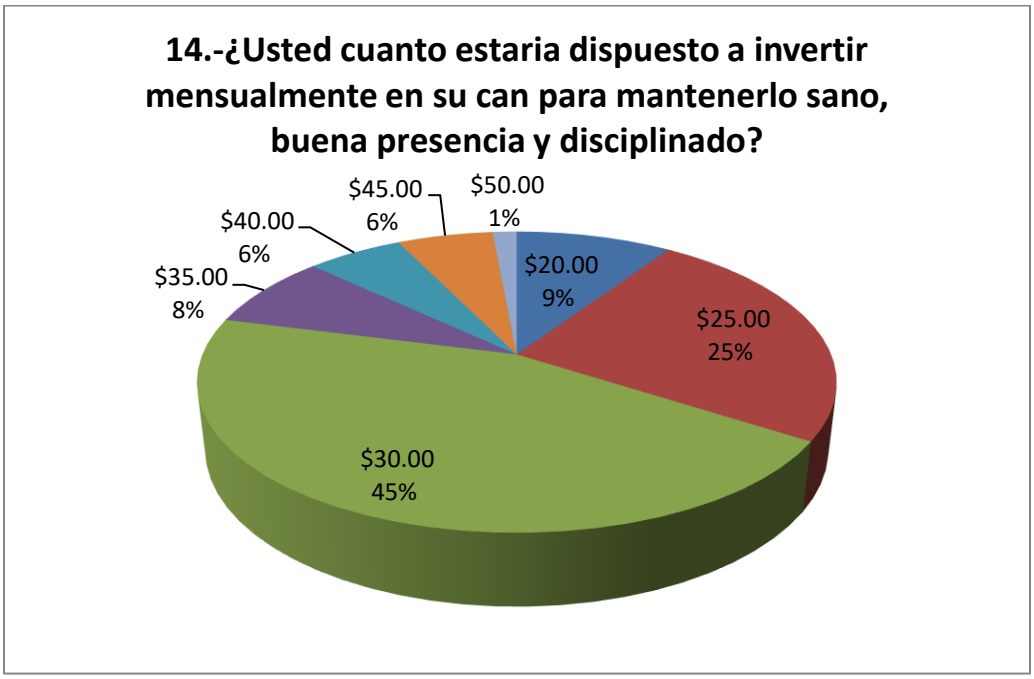
Tabla 14 Cuanto está dispuesto a invertir mensualmente en el can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado.

OPCIONES	CANT	%
$ 20,00	13	9%
$ 25,00	34	25%
$ 30,00	62	45%
$ 35,00	11	8%
$ 40,00	8	6%
$ 45,00	8	6%
$ 50,00	2	1%
TOTAL	**138**	**100%**

Elaborado: Katherine López.

GRÁFICO

Gráfico 13 Cuanto está dispuesto a invertir mensualmente en el can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado.



Elaborado: Katherine López.

Fuente: Habitantes de la ciudadela Mucho Lote 2.

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que el 45% de las personas indicaron que el valor será de $30.00, el 6% es de $40.00, el 1% es de $50.00, el 8% es de $35.00, el 25% es de $25.00, el 9% es de 20.00, el 6% es de $45.00 en cuanto estaría dispuesto a invertir mensualmente en su can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado.

Esto significa que propietarios de los canes si estás dispuesto a invertir para su mascota, porque refleja que desde $20,00 hasta $50,00 posiblemente seria el valor mensual que pueden requerir de un servicio para mantenerlo cuidado y disciplinado a su can.

Conclusion

En base a las encuestas realizadas en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil refleja que las personas que tienen canes en sus domicilios indican que los servicioes que mas requieren son de veterinario, peluqueria y limpieza los llevan cada tres meses al medico veterinario.

El 60% de las personas contratan el servicio de peluqueria y aseo para el can, lo hacen trimestral. Adicional pocas personas contratan el servicio de entrenamiento para su can. Es decir actualmente se tiene como mercado potencial en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil el servicio de entrenamiento para canes por motivo que las mayorias de las personas no contratan ese servicio.

Capitulo 4

Propuesta

Con la implementación del plan de negocio para la creación de la empresa que brinde servicio de cuidado integral y entrenamiento para canes se busca satisfacer y cubrir las necesidades de las personas que tengan canes como mascotas, que requieran del servicio como atención medica en vacunas, desparasitación, esterilización de machos y hembras, el servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y entrenamiento para la disciplina de los canes. Donde los propietarios tienen la necesidad de ir lejos de sus domicilios a solicitar esos servicios.

Los servicios que se brindara serán accesibles y de buena calidad, ya sea en la atención que se ofrecerá y de los servicios que requieran.

Se busca para los clientes un buen cuidado de su mascota, tener los servicios que se necesita ya sea en la salud o en la imagen de sus canes. Además los canes recibirán entrenamiento para que puedan ser obedientes con sus propietarios.

El servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes funcionara en un local con personal capacitado y profesionales brindando un excelente servicio y contara con tecnología para dar una buena atención.

4.2 Objetivo General de la propuesta

Determinar la viabilidad económica y financiera del plan de negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes PRO-DOG.

4.3 Objetivos Específicos de la propuesta

1. Para el 2021 tener una participación del mercado del 20%, en las ciudadelas de la Autopista Terminal Terrestre Pascuales.
2. Para el 2021 tener un posicionamiento de marca del 75% en el sector de la Autopista Terminal Terrestre Pascuales (las 15 ciudadelas)
3. Tener un índice de satisfacción del cliente de un 90%.
4. Para el 2021 haber recuperado la totalidad de la inversión.

4.4 Misión

Somos una empresa de servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes, preocupados por su cuidado, salud e imagen, ofreciendo un servicio y productos de calidad en todo momento.

4.5 Visión

Para el 2021 posicionarnos en el sector de la Autopista Terminal Terrestre Pascuales como el mejor centro de cuidado integral y entrenamiento de canes.

4.6 Valores:

- ✓ **Responsabilidad:** Porque cuidaremos del bienestar del cachorro desde el momento que está en nuestras manos.
- ✓ **Honestidad:** Se realizara con rectitud y seriedad de los servicios que se brindara para el cuidado integral y entrenamiento de canes.
- ✓ **Respeto:** Se ofrecerá un trato cortes y amable a cada uno de los clientes con el cual soliciten del servicio.

4.7 Estructura organizacional.

4.7.1 Organigrama.

4.7.2 Descripción de funciones.

4.7.2.1 Descripción del cargo del Gerente Propietario

Puesto: Gerente / Propietario.

Área: Departamento administrativo.

Reporta: Ninguno.

A quien supervisa

- ✓ Atención al cliente y administrador
- ✓ Contador Externo
- ✓ Veterinarios

- ✓ Estilista de mascota
- ✓ Entrenador de canes

Jornada de trabajo

Lunes a sábados 10:00 a 18:00

Objetivo del puesto

Coordinar las actividades de la fuerza de ventas, los planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr el posicionamiento de la empresa, en base a políticas establecidas para la promoción, distribución y venta de productos y servicios a fin de lograr los objetivos de ventas.

Misión del puesto

Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa, encaminando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas, de acuerdo a la filosofía de la empresa.

Descripciones especificas del cargo

- ✓ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ✓ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- ✓ Coordinar con el administrador las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- ✓ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- ✓ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- ✓ Realizar cálculos matemáticos y financieros.
- ✓ Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

Formación y conocimientos

Idioma: Inglés intermedio.

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas o a fines.

Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Experiencia necesaria

Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Edad requerida

Edad entre 30 y 40 años

Competencias:

- ✓ Elaboración y manejo de presupuestos de Ventas
- ✓ Administración de la Recolección de Flujo de Efectivo (cartera)
- ✓ Experiencia en elaboración y asignación de cartera de clientes
- ✓ Domino completo de Microsoft Office
- ✓ Liderazgo y Toma de Decisiones
- ✓ Manejo de personal

Puesto: Contador externo.

Área: Departamento administrativo.

Reporta: Gerente/Propietario

Jornada de trabajo

Lunes a sábados 10:00 a 18:00

Objetivo del puesto

Obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización.

Misión del puesto

Es suministrar a la Gerencia información financiera confiable, útil y oportuna para la toma de decisiones y el control gerencial.

Descripciones especificas del cargo

- ✓ Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
- ✓ Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.
- ✓ Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.
- ✓ Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- ✓ Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
- ✓ Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- ✓ Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.
- ✓ Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución.
- ✓ Elabora comprobantes de los movimientos contables.
- ✓ Analiza los diversos movimientos de los registros contables.
- ✓ Corrige los registros contables.
- ✓ Elabora los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la unidad de registro, en la documentación asignada.
- ✓ Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.
- ✓ Realiza recapitulación o chequeo de la historia de las personas naturales o jurídicas con cheques nulos.
- ✓ Chequea los códigos de las cuentas, contrastándolos con los que recibe de la Unidad de Presupuesto.
- ✓ Emite cheques correspondientes a pagos de proveedores y servicios de personal, etc.
- ✓ Lleva el control de cuentas por pagar.
- ✓ Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja.
- ✓ Realiza transferencias bancarias.
- ✓ Elabora órdenes de pago para la reposición de caja chica de las dependencias.
- ✓ Transcribe y acceso información operando el microcomputador.
- ✓ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.

- ✓ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo reportando cualquier anomalía.
- ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Formación y conocimientos

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: Contador Público y Auditor.

Estudios complementarios: Computación, finanzas, contabilidad.

Conocimientos:

- ✓ Principios y prácticas de contabilidad.
- ✓ Aplicación y desarrollo de sistemas contables.
- ✓ Leyes, reglamentos y decretos con el área de contabilidad.
- ✓ Clasificación y análisis de la información contable.
- ✓ Procesador de palabras.
- ✓ Sistemas operativos.
- ✓ Hoja de cálculo.

Experiencia necesaria

Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Edad requerida

Mayor de 30 Años

Competencias:

- ✓ Habilidad tecnológica
- ✓ Calculo y análisis
- ✓ Costos de producción tributaria
- ✓ Plan de cuentas
- ✓ Auditoria básica
- ✓ Planificación control
- ✓ Toma de decisión

- ✓ Estabilidad emocional
- ✓ Orientación estratégica
- ✓ Orientación al logro
- ✓ Actitud del servicio
- ✓ Rigor profesional

Puesto: Veterinario.

Cantidad: 2

Área: Departamento administrativo.

Reporta: Gerente/Propietario

Jornada de trabajo

Lunes a sábados 10:00 a 18:00

Objetivo del puesto

Brindar servicios de consulta médico-veterinaria, atendiendo, examinando y controlando las diferentes especies animales de la Institución, a fin de apoyar las actividades docentes de investigación y extensión.

Misión del puesto

Contribuir al mejoramiento de la salud de la población, garantizando la calidad de bienes y servicios relativos a la salud pública, a través del fortalecimiento de la referencia, la fiscalización y normalización.

Descripciones especificas del cargo

- ✓ Planifica, coordina y ejecuta programas de saneamiento animal.
- ✓ Realiza diagnósticos y control de los animales.
- ✓ Realiza y analiza exámenes de laboratorio.
- ✓ Aplica tratamientos a los animales.

- ✓ Brinda apoyo técnico en el área de su competencia.
- ✓ Inspecciona y supervisa las actividades de mantenimiento.
- ✓ Realiza intervenciones quirúrgicas y curas en general.
- ✓ Realiza inventario de insumos y requisición de los mismos.
- ✓ Dicta charlas y conferencias en el área de su competencia.
- ✓ Elabora y desarrolla proyectos de investigación en materia animal.
- ✓ Participa en la elaboración del presupuesto de la unidad.
- ✓ Asiste y participa en reuniones, congresos y otros.
- ✓ Lleva registros genealógicos de los animales.
- ✓ Controla los programas de alimentación, reproducción y ambientación de animales.
- ✓ Participa en la elaboración de normas y procedimientos de producción y control de calidad de productos y derivados animales.
- ✓ Supervisa y distribuye las actividades del personal a su cargo.
- ✓ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- ✓ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.

- ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Formación y conocimientos

- ✓ Leyes, normas y reglamentos sobre sanidad animal.
- ✓ Producción de alimentos.
- ✓ Tratamientos de animales.
- ✓ Métodos y prácticas en el cuidado de animales.
- ✓ Técnicas Quirúrgicas
- ✓ Microcirugía
- ✓ Idioma Ingles
- ✓ Anestesiología Veterinaria

Experiencia necesaria

Dos (2) años de experiencia progresiva de carácter operativo y supervisor en el área de veterinaria.

Edad requerida

25 a 35 años

Competencias:

- ✓ Orientación al Cliente:
- ✓ Planificación y organización
- ✓ Orientación a la eficiencia
- ✓ Iniciativa y proactividad.
- ✓ Trabajo en Equipo y Cooperación.

Puesto: Atención al cliente y administrador

Área: Departamento administrativo.

Reporta: Gerente/Propietario

Jornada de trabajo

Lunes a sábados 10:00 a 18:00

Objetivo del puesto de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la unidad, operando una central telefónica pequeña, atendiendo al público en sus requerimientos de información y entrevistas con el personal, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la unidad.

Dar un servicio personalizado a los clientes ofreciendo un producto y servicio de alta calidad, además de estar en comunicación continua para ofrecerle la entera satisfacción de sus necesidades.

Misión del puesto de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

Brindar al jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas, adicional de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir dentro de la empresa.

Desarrollar y aplicar las estrategias que garanticen el crecimiento, rentabilidad y permanencia del cliente, la marca y la Compañía, en un territorio específico, mediante una ejecución integral, logística.

Descripciones especificas del cargo de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

- ✓ Contestar amablemente el teléfono
- ✓ Llevar control y realizar llamadas de larga distancia.
- ✓ Tomar recados y transferirlos al interesado.
- ✓ Realizar las llamadas de quien lo solicite.
- ✓ Recibir, registrar y canalizar, correspondencia y/o paquetes que lleguen a la empresa vía correo o mensajería.
- ✓ Recibir, canalizar y enviar faxes que entren o salgan a la concesionaria por esta vía.

- ✓ Integra los expedientes para el trámite de contratos, verificando que la documentación este completa y con todas las firmas que procedan.
- ✓ Mecanografía contratos, boleta de pago inicial y cualquier otro documento necesario para la solicitud de aprobación.
- ✓ Lleva control para el oportuno pago y renovaciones de pólizas de seguro, elaborando la documentación pertinente.
- ✓ Llevar a cabo otras actividades relacionadas que la empresa considere necesarias para el desarrollo del puesto.
- ✓ Prospectar clientes
- ✓ Entrega oportuna de pedidos
- ✓ Asesoría y atención a clientes
- ✓ Formación y conocimientos

Formación y conocimientos del puesto de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

Idioma: Inglés.

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: Secretariado Ejecutivo Bilingüe o Secretariado Gerencial.

Estudios complementarios: Computación y administración.

Experiencia necesaria del puesto de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

Que tenga 6 meses de experiencia como mínimo en cargos similares, pudiendo después realizar cursos de perfeccionamiento.

2 años en ventas

Edad requerida del puesto de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

22-35 Años

Competencias del puesto de atención a los clientes, vender los productos y administrar la empresa.

- ✓ Reconoce y alerta sobre oportunidades para dar ayuda adicional o valor agregado al ciudadano o usuarios internos.
- ✓ Estructura su propio trabajo para dar mejor servicio a los ciudadanos y al personal.
- ✓ Conoce los servicios ofrecidos por el organismo.
- ✓ Realiza acciones que coadyuven al éxito de los objetivos del área de trabajo.
- ✓ Detecta obstáculos o fallas que interfieran con el cumplimiento de objetivos de trabajo. Reporta dificultades y actúa para resolver los problemas que se presentan en su trabajo.
- ✓ Estima los tiempos teniendo en cuenta alteraciones y/o obstáculos en el corto y mediano plazo.
- ✓ Acepta sus errores y críticas en forma abierta, reconoce la validez del punto de vista de los demás sin ponerse a la defensiva.
- ✓ Muestra tolerancia y consideración hacia otras personas.
- ✓ Tener identificada a la competencia
- ✓ Conocer los productos/servicios de la competencia y sus diferencias
- ✓ Conocer campañas especiales en curso

Puesto: Estilista de mascota y encargar del Aseo de la empresa.

Área: Departamento administrativo.

Reporta: Gerente/Propietario

Jornada de trabajo

Lunes a sábados 10:00 a 18:00

Objetivo del puesto

Prestar servicios de peluquería, aplicando las técnicas adecuadas, para satisfacer los requerimientos de los usuarios.

Misión del puesto

Consentir, atender y cubrir las necesidades de la mascota. Encargar de mantener limpio y buena imagen de la empresa.

Descripciones especificas del cargo

Realización de baños y estética de pequeñas especies, apoyo general en tienda, atención al cliente y participación en las funciones generales de la sucursal. Baño del perro, cepillado, cortes, peinados, estética canina en general**.** Realizar la limpieza en forma general de la empresa

Formación y conocimientos

- ✓ Enfermedades cutáneas.
- ✓ Baño de mascotas
- ✓ Productos especiales para baños y tratamientos corporales.
- ✓ Cortes y peines de mascota
- ✓ Confección de particure.
- ✓ Relaciones Humanas.
- ✓ Elaboración de fichas de control.
- ✓ Experiencia necesaria

Experiencia necesaria

Hasta 6 meses de experiencia como Estilista o Peluquero de Mascotas.

Edad requerida

20 a 45 años

Competencias:

Capacidad para tener un manejo delicado de las mascotas, facilidad de empatía con los clientes, dominio de los diversos tipos de cortes de las razas más comunes.

Puesto: Entrenador de canes

Área: Departamento administrativo.

Reporta: Gerente/Propietario

Jornada de trabajo

Lunes a sábados 10:00 a 18:00

Objetivo del puesto

Enseñar reglas generales y educación especializada al perro del cliente.

Descripciones especificas del cargo

La primera tarea adiestrador canino es entrenar al perro para obedecer las órdenes y que su comportamiento se adapte a cada situación.

Una formación más avanzada puede incluir enseñar a un perro como cargar una lavadora, coger artículos de los estantes de los supermercados o retirar un inhalador.

Los adiestradores ayudan a los nuevos amos del perro trabajar con el perro en su propia casa.

Aparte del adiestramiento de los perros, los adiestradores también pueden participar en la recaudación de fondos, a través de la organización de espectáculos, charlas en las escuelas, y conciertos benéficos.

Formación y conocimientos

Adiestrador profesional.

Experiencia necesaria

3 Años en cargos similares.

Edad requerida

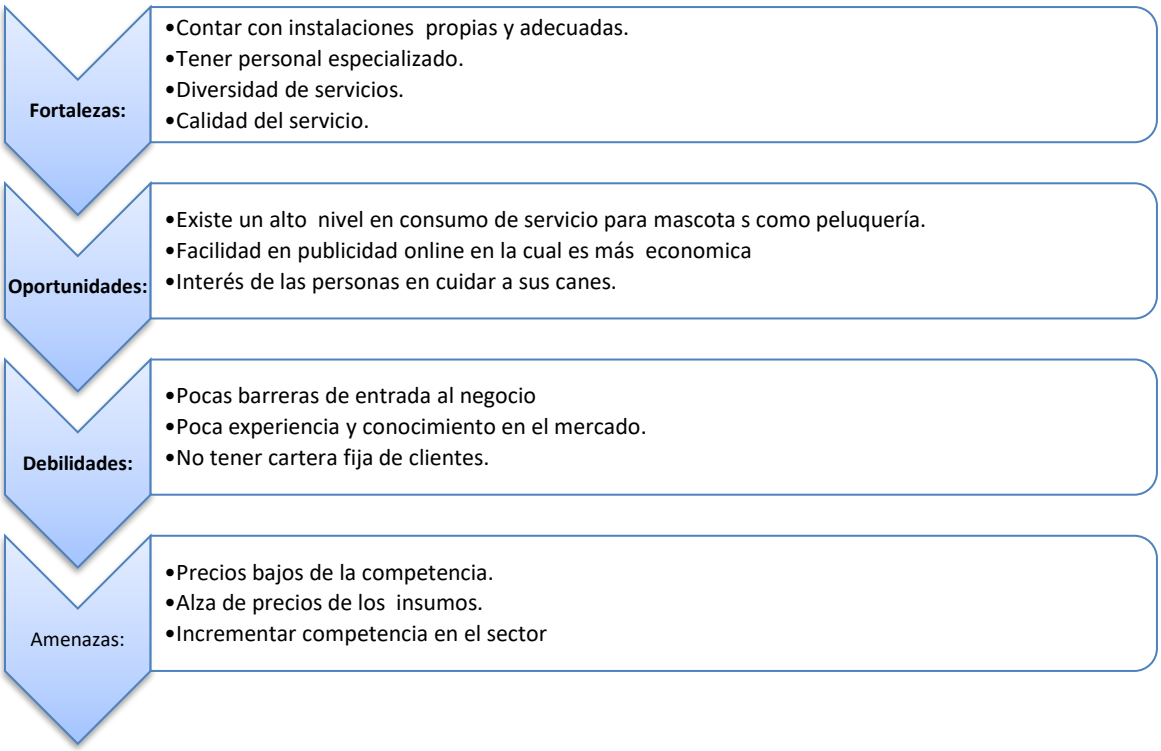
25 a 45 años.

Competencias:

- ✓ Amable.
- ✓ Aptitudes para la planificación.
- ✓ Capacidades organizativas.
- ✓ Capaz de trabajar tanto solo como en equipo.
- ✓ Conocimiento del lenguaje de signos británico.
- ✓ Discreto.
- ✓ Empático.
- ✓ En forma físicamente.
- ✓ Encuentra el perro adecuado para sus dueños.

- ✓ Enfoque flexible.
- ✓ Entrena a perros de alerta médica.
- ✓ Entrena a perros de asistencia para personas con discapacidades.
- ✓ Entrena a perros lazarillo para personas ciegas o con visión limitada.
- ✓ Entrena a perros lazarillo para personas sordas.
- ✓ Habilidad para conducir.
- ✓ Habilidad para evaluar.
- ✓ Habilidades comunicativas.
- ✓ Observador.
- ✓ Paciente.
- ✓ Permiso de conducir completo.
- ✓ Proporciona apoyo regular a las asociaciones de propietarios de perros.
- ✓ Sensible.

4.8 Analisis FODA.



4.8.1 Analisis:

- **Fortalezas:**

Contar con instalaciones propias y adecuadas: Se tendrá todas las herramientas necesarias en la cual se pueda brindar un servicio de buena calidad a los clientes, como son las máquinas para brindar el servicio veterinario y peluquería.

Tener personal especializado: con el personal especializado y capacitado podrá brindar un excelente servicio a los propietarios de los canes, con el fin que los canes sean bien tratados. Se puede lograr una mejor captación de clientes por tener personal capacitado en la empresa.

Diversidad de servicios: Con Pro-Dog teniendo una diversidad de servicio como: servicio de veterinaria, peluquería, servicio de entrenamiento, venta de alimento y comida de canes. Se lograra obtener más clientes y que se encuentren satisfechos por la variedad de servicios que se ofrece.

Calidad del servicio: Brindar el servicio de calidad ya sea en la atención, se podrá obtener un cliente satisfecho en la cual pueda recomendar a otras personas a su alrededor del servicio que se ofrece, de la calidad en la que se da a los propietarios y a los canes.

- **Oportunidades:**

Existe un alto nivel en consumo de servicio para mascotas como peluquería: Es una gran oportunidad implementar el negocio en la cual existe una gran acojida en los servicios para las mascotas en que los propietarios de los canes se preocupan por la imagen, logrando obtener más clientes en la que requieran del servicio

Facilidad en publicidad online en la cual es más económica: Actualmente es de gran oportunidad contar con publicidad online porque es un poco económica en la que se puede lograr obtener más clientes ya sea por la promoción e información publicada en la página de la empresa.

Interés de las personas en cuidar a sus canes: Se refleja la atención que le prestan los propietarios a los canes, se preocupan por la salud y bienestar de la mascota, por esa razón es una oportunidad crear una empresa de cuidado integral y entrenamiento para canes.

- **Debilidades:**

Pocas barreras de entrada de negocio: En la actualidad van en aumento la creación de negocios para cuidados para perros son los veterinarios en la cual existen pocas barreras de entrada en el negocio.

Poca experiencia y conocimiento en el mercado: Al momento de implementar el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes se tiene poca experiencia porque recién se está empezando en el mercado, por esa razón no se tiene mucho conocimiento en el mercado.

No tener cartera fija de clientes: Como recién se está empezando en el mercado no se tiene una cartera fija de clientes en que puedan ser fieles y fijos con la empresa.

- **Amenazas:**

Precios bajos de la competencia: Es de gran amenaza que la competencia tenga un poco bajo los precios ya sea en el servicio o producto que ofrezcan.

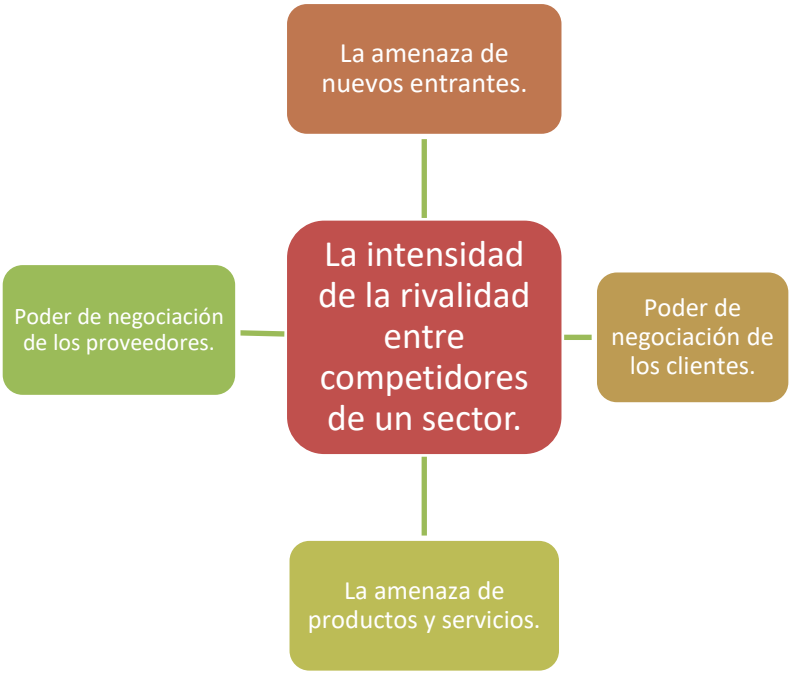
Alza de precios de los insumos: El alza de precios que existe en el mercado en los alimentos y accesorios para los canes son perjudiciales para la empresa porque se puede obtener una baja aceptación en el mercado.

Incrementar competencia en el sector: Actualmente siempre se está creando de diferentes tipos negocios en el mercado, en que puede ser perjudicial en la empresa porque puede ser una gran competencia en el negocio. Pueden crear empresas que briden iguales o similares servicios que actualmente ofrece Pro-dog.

Conclusión del análisis situacional FODA.

Para la implementación de la empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes existen diferentes amenazas y debilidades que pueden perjudicar en el negocio, pero con la ayuda de las oportunidades y fortalezas se puede lograr tener una buena aceptación en el mercado.

4.9 Las cinco Fuerzas de Porter.



4.10 Competencia

Actualmente en el sector norte en Mucho Lote 2 de la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil se refleja negocios que brinden servicios generales para mascotas en las cuales se detalla que servicios y a qué precio ofrecen.

Pets Paws.

Ofrece:

- ✓ Consulta: $8,00
- ✓ Desparasitación: $5,00
- ✓ Vacunación: $15,00
- ✓ Peluquería: $17,00
- ✓ Cirugía: $60,00
- ✓ Hospedaje: $17,00

Analisis.

El Pets Paws se encuentra un poco lejos de donde será ubicado el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, son pocos los servicios que ofrecen y el precio son accesible, la fachada del local es sencillo y simple, adicional no cuentan con el servicio de entrenamiento para los canes.

Garras y Patas

Ofrece:

- ✓ Peluquería: $20,00
- ✓ Odontología: $70,00
- ✓ Consulta: $12,00
- ✓ Cirugía:$70,00
- ✓ Emergencia:$12,00
- ✓ Laboratorio:$20,00
- ✓ Balanceado: Varios precios
- ✓ Hospitalización:$30,00 (Día)

Analisis.

El Garras y Patas se encuentra en la ciudadela de mucho lote 2 es un poco lejos de donde será ubicado el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, son varios los servicios que ofrecen y el precio son un poco alto, la fachada del local es pequeño y simple, adicional no cuentan con el servicio de entrenamiento para los canes.

Nina Pet´s

Ofrece:

- ✓ Baños Medicados: $20,00
- ✓ Servicio Veterinario: $10,00
- ✓ Control de Preñez: $10,00
- ✓ Vacunas/ Desparasitación:$10,00 y $5,00
- ✓ Fumigación / Garrapatas: $50,00
- ✓ Alimentación para mascotas: Varios precios

Analisis.

El Nina Pet´s se encuentra en la ciudadela de mucho lote 2 es un poco lejos de donde será ubicado el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, son varios los servicios que ofrecen y el precio son accesibles, la fachada del local es pequeño y simple, adicional no cuentan con el servicio de entrenamiento para los canes.

Veterinaria Bocca de Cannes

En la Autopista Terminal Terrestre Pascuales C.C. Plaza Tía Local 22 (antes de Metrópolis 2), se encuentra un local que brinda atención para perros y gatos:

Ofrece:

- ✓ Atención Veterinaria: $15,00
- ✓ Higiene Dental: $45,00
- ✓ Cirugías: $60,00
- ✓ Baños: $15,00
- ✓ Peluquería Canina & felina: $15,00
- ✓ Balanceado y Accesorios: Varios Precios

Analisis.

La Veterinaria Bocca de Cannes se encuentra en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales C.C. Plaza Tía Local 22 (antes de Metrópolis 2) es un poco lejos de donde será ubicado el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, son pocos los servicios que ofrecen y el precio son accesibles, la fachada del local es pequeño y sencillo, adicional no cuentan con el servicio de entrenamiento para los canes.

Entrenamiento de canes

En el sector en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil, no hay para entrenamiento, sin embargo se realiza investigaciones a profesionales y a negocios que brindan el servicio para tomar de referencia los precios y el producto.

Esadcan

Figura 18 Logo de Esadcan

Fuente: (Google, Logo_Esadcan, Ecuador en Google, s.f)

Escuela en campamento de adiestramiento canino en km 24 vía la costa en la flor de verano chongon Mz 394 Solar 1.En la actividad asistida con animales en adiestramiento, hospedaje y asesoría general en la cual brinda los siguientes servicios:

- ✓ T.A.A (Terapia Asistida con Animales).
- ✓ A.A.A (Actividad Asistida con Animales).

Horario: (lunes a viernes) Son 3 Veces por semana y contiene expreso en recoger y dejar a la mascota a su domicilio.

Sábados: Días de práctica con los propietarios de los canes (No tiene costo)

Precio:

- ✓ Peluquería: $15,00 (incluye baño).
- ✓ Adiestramiento: $50,00 semanal.

Analisis.

La escuela en campamento de adiestramiento canino Esadcan se encuentra en km 24 vía la costa en la flor de verano chongon Mz 394 Solar 1esta lejos de donde será ubicado el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, los servicios que ofrecen son pocos y el precio

son altos, la fachada del local es grande y sencillo, pero no cuentan con el servicio de veterinario y la venta de alimentos para canes.

Centro de Entrenamiento Canino Jc

Figura 19 Logo de centro entrenamiento canino J.C

Fuente: (Google, Logo de Centro-de-entrenamiento-canino J.C, Ecuador en Google, s.f)

Se encuentran ubicados en la Cdla. Los vergeles Av. Francisco de Orellana Calle 3era Mz 2.

Instructor canino sub. Of. Julio Caicedo brinda el servicio de hotelería canina y cursos intensivos de búsqueda y rescate, obediencia, supervivencia, defensa, psicología canina, incluye expreso, baño semanal y fumigación para la mascota. El servicio es a domicilio, las 24 Horas.

Precio:

Matricula: $20,00

Cuota: $40,00 semanal

Duración: (4 meses).

Analisis.

El centro de Entrenamiento Canino Jc su domicilio encuentra ubicado en la Cdla. Los vergeles Av. Francisco de Orellana Calle 3era Mz 2 está lejos de donde será ubicado el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, el servicios es a domicilio en la cual no tienen un lugar específico donde se pueda entrenar a los canes, los servicios que ofrecen son varios y el precio son accesibles, la fachada del local no se puede evaluar por motivos que no lo tienen y, pero no cuentan con el servicio de veterinario, peluquería y venta de alimentos para canes.

Francisco Bone

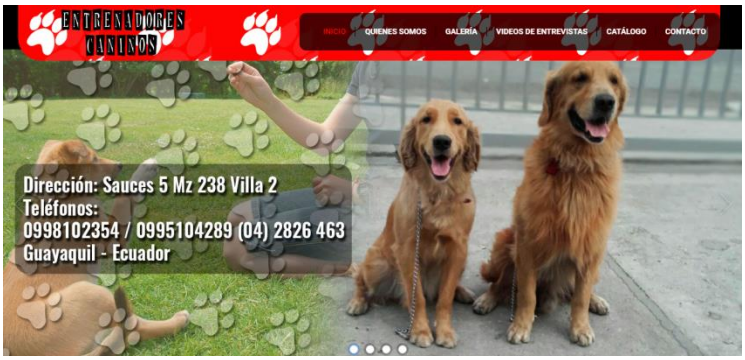
Brinda servicios de adiestramiento de perros a domicilio en la cual tiene un costo dependiendo del sector es de $20,00 por semana, las clases son diarias de 35 minutos.

Analisis.

El sr. Francisco Bone el servicio es de adiestramiento de perros, no cuenta con un local especifico donde que brinde ese servicio y a la atención es a domicilio en la cual no tienen un lugar específico donde se pueda entrenar a los canes, solo ofrece un solo servicio y el precio es accesible, la fachada del local no se puede evaluar por motivos que no lo tienen y, pero no cuentan con el servicio de veterinario, peluquería y venta de alimentos para canes.

Entrenadores Caninos.

Figura 20 Página de entrenadores Caninos



Fuente: (Google, Entrenadores caninos, Ecuador en Google, s.f)

Sus domicilios se encuentran ubicados en Sauces 5 Mz 238 Villa 2, se encargan de entrenar a domicilio, el tiempo es de media hora de lunes a viernes.

Precio: $30,00 Semanal.

Analisis.

Los Entrenadores Caninos, no cuenta con un local especifico donde que brinde ese servicio y la atención es a domicilio en la cual no tienen un lugar específico donde se pueda entrenar a los canes, solo ofrece un solo servicio y el precio es accesible, la fachada del local no se puede analizar por motivos que no lo tienen, pero no cuentan con el servicio de veterinario, peluquería y venta de alimentos para canes.

4.11 Descripción de la empresa

El negocio se va a llamar **Pro-Dog**, significa protección al can con todos los servicios que se brindara como:

- ✓ Atención médica como vacunas, desparasitación, cirugía menor, emergencia, control de preñez, esterilización de machos y hembras.
- ✓ El servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza.
- ✓ Entrenamiento de canes son 3 veces por semana de lunes a viernes (1 hora por día), contiene expreso en recoger y dejar a la mascota.
- ✓ Venta de alimentos y accesorios para canes.

4.11.1 Imagen corporativa

Se utilizara para la imagen corporativa los siguientes colores: Naranja, azul, amarillo, marrón.

Significado:

Naranja: Diversión y Enérgico**.**

Amarillof: Precaución y felicidad

Marrón: Tranquilidad, Seriedad.

En la empresa Pro-Dog se trabaja con seriedad en el servicio del cuidado integral y entrenamiento de canes, en la cual con precaución se atenderá a la mascota para que pueda estar

bien de salud. Con el entrenamiento que se brinda a la mascota podrán divertirse y lograran estar felices.

4.11.2 Logo:

Elaborado por: Katherine López

Significado:

El logo de la empresa Pro-Dog refleja alegría en la mascota en cuanto su correcta alimentación y en su buen cuidado. El can puede estar en buena salud si recibe la atención que se brindara ya sea de un veterinario o en servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza que toda mascota necesita.

4.11.3 Eslogan:

El Eslogan indica “Cariño, protección y disciplina para los engreídos del hogar” es decir se brindara todo el cariño que la mascota necesita y se busca proteger en el cuidado del can que son los engreídos del hogar.

4.12 Fachada y estructura de la casa

El negocio estará ubicado en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, en la Mz 1243, V: 53.

Figura 21 Fachada antes de las remodelaciones

Elaborado: Katherine López

Fuente: Autopista Terminal Terrestre Pascuales, Guayaquil.

Figura 22 Maqueta de la distribución interna antes de la remodelación

Elaborado: Katherine López

Fuente: (Barzola Barahona , 2014)

Figura 23 Maqueta de la distribución interna Piso 1 después de la remodelación.

Elaborado: Katherine López

Figura 24 Maqueta de la distribución interna Piso 2 después de la remodelación.

Elaborado: Katherine López

Figura 25 Maqueta de Pro-Doc.

Elaborado: Katherine López

4.13 Mercado meta y cuota de mercado

4.13.1 Mercado meta:

Se espera que adquieran del servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil , según la encuesta un total de 138 personas que se indagó, un total de 138 personas que representa un total de 138% tienen canes en sus domicilios, en la cual es el mercado meta.

Cuántas viviendas = 17894 casas

Cuántas viviendas tienen canes = 17894 x 138% = 24.694 casas (mercado meta)

Se tiene como mercado meta 24.694 prospectos a clientes.

4.13.2 Cuota de mercado:

Se busca tener clientes que soliciten del servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes, un 20% en 5 años. Con el objetivo será de fidelizar al cliente, para poder brindar un servicio continuo.

Cuota de mercado esperada 20% = 24.694 clientes x 20% = 4.938 clientes que me compren

4.14 Marketing mix

4.14.1 Plaza

El local que será el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes, estará ubicado en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales, Guayaquil antes de llegar a la ciudadela Mucho Lote 2 en la cual se visualiza en la (Figura 26)

Se realizara el negocio en ese lugar en la que se brindara los servicios de atención médica como vacunas, desparasitación, esterilización de machos y hembras, el servicio de peluquería como cambio de look, baño o limpieza, venta de alimentos y entrenamiento para la disciplina de los canes.

Figura 26. Autopista Terminal Terrestre Pascuales, Guayaquil

Fuente: (Google, Maps, Ecuador en Google, s.f)

Segmentación de mercado.

La segmentación del mercado se realizó por situación demográfica, geográfica y psicográfica:

- ✓ **Demográfica:**
  - **Género:** Sera enfocado a las personas hombre y mujeres en las que tengan canes como mascota.
  - **Edades:** Sera mayores de 18 años y con capacidad de pago.
  - **Nivel socioeconómico:** Sera enfocado para las personas de clase media alta (C+), clase media (C), clase media baja (C-) y en que requieran del servicio de cuidado integral y entrenamiento de canes.
- ✓ **Geográfica:** Será en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales en Guayaquil.
- ✓ **Psicográfica:** Que prefieran un mejor estilo de vida y bienestar para los canes.

4.14.2 Producto.

En el plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de brindar el servicio a los propietarios de los canes se brindara los siguientes servicios

- ✓ Servicios:
  - Consulta de veterinario
    - Vacunación
    - Desparasitación
    - Cirugía menor
    - Emergencia
    - Control de Preñez
    - Esterilización de machos y hembras
  - Peluquería:
    - Cambio de look,

- Baño o limpieza

- ✓ Entrenamiento de canes son 3 veces por semana de lunes a viernes (1 hora por día), contiene expreso en recoger y dejar a la mascota.
- ✓ Venta de alimentos y accesorios para canes.
- ✓ Venta de cachorros.
- ✓ Campañas de salud.

En el servicio de peluquería tiene las siguientes formas:

- ✓ Baño Básico
- ✓ Baño auto medicado
- ✓ Corte Sanitario
- ✓ Corte con Forma
- ✓ Corte a Tijera
- ✓ Stripping.(técnica especial para perros de pelo duro)
- ✓ Desenredos
- ✓ Tintes

En el servicio de Aseo y Limpieza tiene lo siguiente:

- ✓ Limpieza de Oídos o Plucking
- ✓ Limpieza de Dientes
- ✓ Limpieza de Ojos
- ✓ Limpieza de Glándulas Anales
- ✓ Corte de Uñas

4.14.3 Proveedores.

En el negocio de cuidado integral y entrenamiento de canes se contara con los siguientes proveedores:

- ✓ Pronaca.
- ✓ Agripac.
- ✓ Quicorp.
- ✓ James Brown.

Las marcas de comidas para canes que se va a vender será de:

Las características de las marcas de las comidas para los canes son:

Mimaskot.

Piel Sana y Pelo Brillante: Mimaskot razas mediana a grandes viene reforzado con Omega 3, Omega 6 y Vitamina E, que le darán a tu engreído un pelo mucho más brillante y una piel muy sana.

Mayor vitalidad: Mimaskot razas mediana a grandes viene reforzado con Antioxidantes Naturales que contribuyen a preservar los órganos internos en óptimas condiciones. Esto permitirá que tu mascota disfrute de una larga vida, saludable y con mayor vitalidad

Dog Chow.

Formulado con vitaminas C y E que ayudan en la formación de un sano sistema inmunológico.

Contiene fibras alimentarias naturales (raíz de achicoria – fuente natural de prebiótico inulina) que contribuyen a la formación de un fuerte sistema digestivo.

Proteínas de carne y calcio que ayudan en la formación de huesos, músculos y dientes más fuertes.

Pro-Can

Sistema Pro-Nutrición:

Piel sana y pelo brillante: Óptimos niveles de aminoácidos y ácidos grasos esenciales contribuyen a una piel sana y un pelaje lustroso.

Vida activa: Formulado con niveles ideales de energía, proteína, vitaminas y minerales para que su mascota tenga una vida más activa.

Larga vida: El refuerzo con antioxidantes (Vitamina E y C) y los ácidos grasos esenciales ayudan a prevenir el envejecimiento temprano y garantizan una mejor protección contra enfermedades alargando la vida de su mascota.

4.14.4 Precios

TIPO DE SERVICIOS	PVP
VETERINARIO	12,00
VACUNACION	10,00
DESPARASITACION	5,00
CIRUGIA MENOR	45,00
EMERGENCIA	12,00
CONTROL DE PREÑEZ	10,00
ESTERILIZACION DE MACHOS	60,00
ESTERILIZACION DE HEMBRAS	70,00
CAMBIO DE LOOK, BAÑO O LIMPIEZA	15,00
ENTRENAMIENTO DE CANES	35,00

Alimentos para canes:

ALIMENTOS	PVP
CACHORRO	$ 35,43
ADULTO (POLLO)	$ 29,75
ADULTO (CARNE)	$ 29,75
ADULTO R. PEQUEÑA	$ 70,26
EDAD MADURA + 7 AÑOS	$ 46,31
ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	$ 47,10
CACHORRO R. PEQUEÑA	$ 33,42
CACHORRO R. MED. Y GRAN.	$ 52,11
ADULTO R. MED. Y GRAN. (POLLO)	$ 44,74
ADULTO R. MED. Y GRAN. (CARNE)	$ 44,74
ADULTO R. MED. Y GRAN.	$ 53,94
Mordedor Hueso Vinilo	$ 2,02
Mordedor Hot Dog Vinilo	$ 2,02
Mordedor Hueso Gom - Masisa	$ 3,70
Collar Naylon Hueso Huella	$ 2,02
Collar + Correa Naylon Hueso-Huella	$ 4,70
Collar + Correa Naylon Dog New Style	$ 5,04
Collar Cuero Dog (Rojo)	$ 4,14
Collar Cuero Dog (Negro)	$ 4,82
Collar Cuero Dog (Cafe)	$ 5,38
7 Mini Huesos (Sabor Carne)	$ 2,13
7 Mini Huesos (Sabor Natural)	$ 2,13
7 Mini Huesos (Sabor Pollo)	$ 2,13
4 Huesos (Sabor Natural)	$ 3,08
4 Huesos (Sabor Pollo)	$ 3,08
5 Huesos (Sabores Surtidos)	$ 5,80
4 Huesos (Sabor Carne)	$ 4,87
1 Paquete Galletas Carne	$ 5,98
6 Palitos (Sticks) P&B	$ 1,29
20 Rejos P&B Golden	$ 2,91
1 Paquete Caramelos P&B	$ 1,12
6 Palitos P&B Cuadrados Sabor a Pollo	$ 2,07
6 Palitos P&B Triangulares Sabor a Carne	$ 1,57
8 Rejos (Sabor Pollo)	$ 1,06
3 Crunch Extruido (Sabor Carne)	$ 1,18
1 Trenza	$ 1,79

Venta de cachorros:

No se va a comprar los perros, se buscara a personas que tengan cachorros de raza y los desean vender y lo desean presentar en el mostrador y ganaremos comisión por cada venta que se realice. Sirve porque atrae a los posibles clientes por la exhibición de los cachorros.

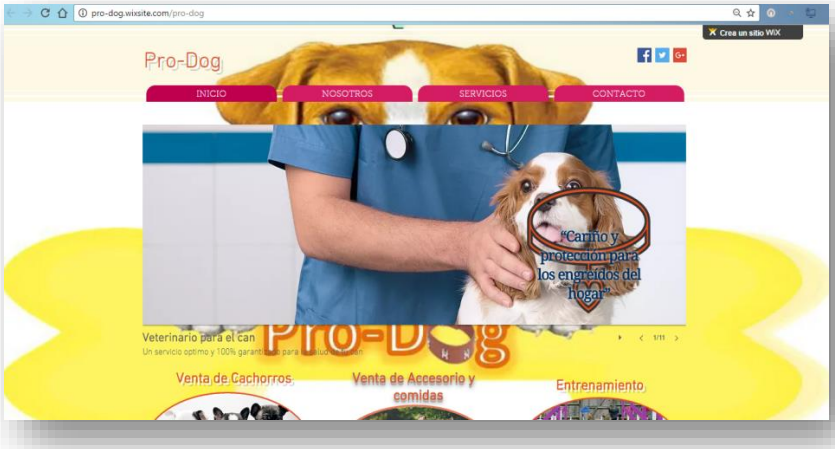
4.14.5 Promoción

En el plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil, para promocionar de los servicios y productos que se brindara se realizara de la siguiente forma:

Pag de la empresa

En la cual informe que servicios se ofrece, cual es el horario de atención, donde está ubicado y a que numero se pueden comunicar para mayor información sobre los valores que tiene cada servicio.

http://pro-dog.wixsite.com/pro-dog



Elaborado: Katherine López

Pag de Facebook:

Elaborado: Katherine López

Volante:

Tamaño A5 (21x14, 85cm)

Papel couche brillo de 115gr

Impresión full color 1 lados

No Barniz UV. No Troquel.

COSTO:

1000 unidades - $ 170+ IVA= $190.40

TRIMESTRAL:

$190.40*4=$760.00

Elaborado: Katherine López

Afiche:

CARACTERÍSTICA:

Tamaño A4 (21x29, 7cm)

Papel couche brillo de 150gr

Impresión full color 1 lado

No Barniz UV. No Troquel.

COSTO:

1000 unidades - $ 180+IVA=201.60

TRIMESTRAL:

$201.60*4=$806.40

Elaborado: Katherine López

Radio:

Radio City (89.3) FM

Horario: lunes a viernes de 20h00 a 21:00 un paquete que contiene:

- ✓ 2 menciones en vivo
- ✓ 2 cuñas dentro del programa

Precio Mensual: $400.00

Precio Anual: $400.00 *12= $4800.00

Presentaciones

Se realizara actividades en diferentes ciudadelas en donde se visualizara mediante una presentación como los canes pueden estar entrenados, adiestrados, en la cual será los comportamientos de sus mascotas cuando reciba del servicio de entrenamiento para canes, con el fin de incentivarlos para que requieran del servicio.

5. Plan estratégico de marketing

En el plan estratégico de marketing se detalla cuanto es la inversión que se va a utilizar en los cinco años en la cual la empresa tenga una estrategia y pueda lograr todos los objetivos esperados.

Tabla 15 Plan estratégico cuantificado

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES	PRESUPUESTO ANUAL 2017	2018	2019	2020	2021
1. PARA EL 2021 TENER UNA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DEL 20%	Exhibicion de entrenamiento de canes en las ciudadelas de la via terminal terrestre pascuales de Guayaquil	Hacer convenios con todos los administradores de las ciudadelas para poder exhibir a los canes que pueden estar entrenados. Exhibicion en las 13 ciudadelas, se realizara una por mes.	$ 350,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Campaña de salud de Puerta Puerta.	Una vez al año se entregara los volantes Dura para toda la ciudadela 2 meses, 2 personas seran encargadas de entregaran dia por dia.	$ 800,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Concurso de canes.	Una vez por año en cada ciudadela	$ 520,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Promociones	Promociones de 2 x 1 por el dia del can, 21 de Julio. Julio el mes del CAN	$ 150,00	$ -	$ -	$ -	$ -
2. PARA EL 2021 TENER UN POSICIONAMIENTO DE MARCA DE 75%.	Pagina de Web	mantenimineto de página WEB	$ 275,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Pagina de Facebook	Se va invertir $20 mensuales por 12 meses en publicidad	$ 240,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Radio	Radio City (89,3) FM de lunes a viernes de 20h00 a 21H00: 2 menciones en vivo y 2 cuñas dentro del programa.$400,00	$ 800,00	$ -	$ -	0	0
	Afiches	Se colocara en los postes y en carteles de comunicación a los habitantes de las diferentes ciudadeslas. Cantidad de 50 unidades (4)	$ 400,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Merchandising	Mantenimiento y renovación de imagen del local	$ 2.000,00	$ -	$ -	$ -	$ -
3. TENER UN INDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE UN 90%	Activacion de marca	Estrategias representadas en la parte superior	0	0	0	0	0
	Correo/ Chat y consultas en Linea	El personal de caja contara con el servicio de internet para poder responder a todas las inquietas de los clientes y posibles clientes.	0	0	0	0	0
	Atencion Telefonica y Whatsapp.	Se tendra un numero telefonico y celular especifico para atender a todos los clientes.	0	0	0	0	0
	Capacitacion del personal	En forma trimestral se va a capacitar al personal.	$ 400,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Seguimiento del cliente y Post venta	Se realizara seguimiento por via telefonica al cliente, en la cual indique como sigue el can.	0	0	0	0	0
Total de inversión en Marketing			$ 5.935,00	$ -	$ -	$ -	$ -

Fuente: Elaborado por autora.

5.1 Datos

Maquinaria

Se detalla los principales maquinas que se va a necesitar para la implementación del veterinario.

Tabla 16 Datos de Maquinaria para Veterinario.

Veterinario	
Conjunto diagnostico veterinario con mango AA, otro-	$ 762,52
Equipo veterinario BETA-Set con mango a pilas.	$ 788,05
Mesita de plástico para organización de instrumental	$ 173,76
Mesa de exploración eléctrica 120x60cm	$ 963,62
Grifo ducha colgante	$ 476,00
Manta térmica de 45x40cm	$ 52,89
Neveras portátiles o frigoríficos (incluyendo neveras de poli estireno)	$ 192,24
Contenedores plásticos Sharp para el desecho seguro de jeringas y agujas	$ 75,83
Mesas de Cirugía	$ 338,32
TOTAL	**$ 3.823,23**

Fuente: Elaborado por autora.

Tabla 17 Datos de Maquinaria para Peluquería.

Peluquería	
Secador para mascotas Súper Cyclone con manguera	$ 140,71
MESA DE ASEO PARA MASCOTAS PLEGABLE DE ACERO INOXIDABLE TALLA L NEGRA	**$ 222,81**
Cabezales profesional para esquiladora Oster Golden A5 5 6,3 mm.	$ 46,61
Tina de baño	$ 80,00
Mesa para estética	$ 300,00
Calentador de agua	$ 420,00
Máquina para cortar pelo	$ 45,00
Secadora de aire frio	$ 35,00
Cepillos	$ 15,00
Peines	$ 5,00
TOTAL	**$ 1.310,13**

Fuente: Elaborado por autora.

Tabla 18 Datos de Maquinaria para Entrenamiento.

Entrenamiento		
Obstáculo Para Rastro "Schweikert" IPO De Madera	$	13,00
Tapete Entrenador "Fancy Pets" Soft Pad 7 Piezas	$	66,00
Clicker "Fancy Pets" Para Entrenamiento	$	74,00
Lazo Para Látigo "Julius"	$	127,00
Silbato Para Perro "Hagen" Dog It Ultrasónico	$	128,00
Mordedora "Trixie" De Yute	$	139,00
Hojas Absorbentes "Urine Off" Zorb-it-Up! 15 Hojas	$	145,00
Pelota Con Cuerda "Schweikert"	$	190,00
Mini Remolcador Para Cachorro "ABC Sport Klin" 1 Asa	$	305,00
Taco Atracor De Entrenamiento "Schweikert" Para Cachorro	$	350,00
Bolsa De Yute "Schweikert" Para Entrenamiento.	$	361,00
Pelota Blanda "Top Matic" Con Nudos	$	650,00
Forro "Schweikert" Para Manga	$	700,00
Vallas "Trixie" Para Entrenamiento	$	749,00
Cojín Con 3 Agarres "Schweikert" Para Entrenamiento	$	750,00
TOTAL	**$**	**4.747,00**

Fuente: Elaborado por autora.

TOTAL DE MAQUINARIA	**$**	**9.880,36**

Para la implementación del negocio el valor que se tiene por las maquinarias es de $9.880,36 en la cual incluye para veterinario, peluquería y en el entrenamiento.

Herramientas y utensilios

A continuación se detalla las principales herramientas y utensilios que se necesita para la implementación del negocio.

VACUNACION	
Bolsas de hielo	$ 11,31
Jeringas y agujas	$ 173,39
Guantes desechables	$ 17,25
Bolsas plásticas para el desecho apropiado de basura	$ 3,58
Algodón	$ 6,93
Alcohol	$ 4,69
Jabón y paquete de 100 toallas de papel desechables	$ 23,49
TOTAL	**$ 240,64**

Tabla 19 Herramientas para Vacunación.

Fuente: Elaborado por autora.

Tabla 20 Herramientas para Emergencias.

EMERGENCIAS	
Guantes de látex	$ 3,39
Toalla	$ 5,04
Gasas Estériles	$ 7,25
Vendas	$ 0,74
Esparadrapo de tela	$ 5,55
Compresas	$ 4,69
Algodón	$ 4,69
Antiséptico	$ 2,56
Agua oxigenada y alcohol	$ 16,20
Lagrimas artificiales en gel	$ 3,27
Suero fisiológico estéril	$ 3,20
Pomadas con antibiótico	$ 20,00
Solución para limpiar los oídos	$ 11,00
Vaselina	$ 2,25
Pinzas para retirar garrapatas	$ 7,00
un cortaúñas	$ 6,00
Jeringuilla	$ 1,00
Tijeras pequeñas	$ 2,00
Bolsas de frio químico	$ 5,00
Termómetro	$ 25,00
TOTAL	**$ 132,44**

Fuente: Elaborado por autora.

Tabla 21 Herramientas para Esterilización.

ESTERILIZACION	

Guantes	$ 3,40
Punzocortantes	$ 59,39
Gancho para castración	$ 30,00
Mango de bisturí	$ 3,15
Pinzas hemostáticas, al menos 1 curva	$ 12,97
Rochester Carmalt curva	$ 19,72
Tijera	$ 12,65
Porta Agujas	$ 16,98
Pinza dientes de ratón	$ 5,37
2 Pinzas banckhaus	$ 43,22
Hilos de sutura absorbibles	$ 3,50
Hilos de sutura de Nylon	$ 3,50
TOTAL	**$ 213,85**

Fuente: Elaborado por autora.

HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS	**$ 586,93**

El valor que se necesitara en las herramientas y utensilios será de$586,93 para la creación de la empresa.

5.2 Gasto de arranque.

Los gastos de arranque, que cubren los conceptos de elaboración de escritura, gastos y trámites varios se detallan a continuación:

GASTOS DE ARRANQUE	
Compras	$ 440,24
Publicidad	$ 5.935,00
Sueldos y salarios:	$ 2.020,00
Maquinaria	$ 10.467,29
Materiales	$ 18.281,59
Inscripciones y registros	$ 2.400,00
SUMAN	**$ 39.544,12**

5.3 Inversión Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	
Activos	
Efectivo en caja	$ 400,00
Bancos	$ 1.000,00
Total de Activo Corriente	**$ 1.400,00**
Pasivos	
Proveedores	$ 355,84
Total Pasivo a Corto Plazo	**$ 355,84**
Capital de Trabajo	**$ 1.044,16**

5.4 Balance Inicial

Tabla 22 Balance Inicial.

BALANCE INICIAL Al 01 DE ENERO DEL 2017				
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES			$ 1.400,00	
CAJA		$ 400,00		
BANCO MACHALA		$ 1.000,00		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			$ 68.748,88	
EDIFICIO		$ 25.000,00		
TERRENO		$ 15.000,00		
MAQUINARIAS		$ 10.467,29		
MUEBLES Y ENSERES		$ 2.331,59		
VEHICULOS		$ 9.000,00		
EQUIPO DE COMPUTO		$ 1.500,00		
DISEÑO DEL LOCAL		$ 5.000,00		
CAJA REGISTRADORA		$ 450,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			$ 2.400,00	
GASTOS DE ORGANIZACION		$ 2.100,00		
MARCAS, PATENTE		$ 300,00		
TOTAL ACTIVOS				$ 72.548,88
2. PASIVOS				
2.1.1. CUENTAS POR PAGAR				
2.1.1.01. PROVEEDORES				
2.1.1.01.001 NACIONALES		-		
TOTAL PASIVOS				-
3. PATRIMONIO				$ 72.548,88
CAPITAL				
3.1.1.01.001 SOCIO 1				$ 36.274,44
3.1.1.01.002 SOCIO 2				$ 36.274,44
TOTAL PATRIMONIO				**$ 72.548,88**
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO				**$ 72.548,88**

Fuente: Elaborado por autora.

En el Balance Inicial se detalla todos los activos que se tiene para iniciar Prodog ya que esta como valor de caja $400,00 y en el Banco de Macha un valor de $1.000,00.

Están registradas todas las propiedades para la planta y equipo de la empresa. Los gastos de la organización ya sean de solicitud de patente y registro.

Se registra cuanto es el valor que debe cada socio aportar la iniciar la empresa Prodog.

5.5 Inversión Inicial

La inversión inicial del negocio, incluye todos aquellos valores que son necesarios para la puesta en marcha del negocio, misma que será de $72548,88 dólares, mismos que serán dados por las inversionistas, con una aportación del 50% cada uno de los socios.

Tabla 23 Inversión Inicial.

Descripción	Valor de Adquisición	
	Valor	Valor Total
CAJA	**$ 400,00**	**$ 400,00**
BANCO	**$ 1.000,00**	**$ 1.000,00**
Equipos de Producción		**$ 10.467,29**
Máquina para servicio de veterinario, peluqueria, entrenamiento	$ 9.880,36	
Herramientas y utensilios	$ 586,93	
Planta y Equipo		**$ 40.000,00**
Edificio	$ 25.000,00	
Terreno	$ 15.000,00	
Equipamiento del local		**$ 18.281,59**
Muebles y enseres	$ 2.331,59	
Equipo de computación	$ 1.500,00	
Diseño del local	$ 5.000,00	
Vehiculo	$ 9.000,00	
Cajas Registradora esq comp	$ 450,00	
Otros gastos		**$ 2.400,00**
Solicitud de Patente / Registro	$ 300,00	
Gastos de constitución de la empresa	$ 2.100,00	
TOTAL		$ 72.548,88
Aportación de los socios		
Socio 1		**$ 36.274,44**
Socio 2		**$ 36.274,44**
Total de la aportación		**$ 72.548,88**

Fuente: Elaborado por autora.

5.6 Costos

Tabla 24 Costos de los alimentos.

MARCA	EDAD	PESO	COSTO	PVP
MIMASKOT	CACHORRO	(15 KG)	$ 17,72	$ 35,43
MIMASKOT	ADULTO (POLLO)	(15 KG)	$ 23,80	$ 29,75
MIMASKOT	ADULTO (CARNE)	(15 KG)	$ 23,80	$ 29,75
DOG CHOW	ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	(17 KG)	$ 56,21	$ 70,26
DOG CHOW	CACHORRO R. MED. Y GRAN.	(8 KG)	$ 37,05	$ 46,31
PROCAN	ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	(30 KG)	$ 37,68	$ 47,10
BUEN CAN	CACHORRO R. PEQUEÑA	(15 KG)	$ 26,74	$ 33,42
BUEN CAN	CACHORRO R. MED. Y GRAN.	(30 KG)	$ 41,69	$ 52,11
BUEN CAN	ADULTO R. MED. Y GRAN. (POLLO)	(30 KG)	$ 35,79	$ 44,74
BUEN CAN	ADULTO R. MED. Y GRAN. (CARNE)	(30 KG)	$ 35,79	$ 44,74
NUTRA PRO	ADULTO R. MED. Y GRAN.	(20 KG)	$ 43,15	$ 53,94

Fuente: Elaborado por autora.

Son los alimentos que se tendrán en la tienda de comida para los canes en la cual abarca para todas las edades y en todos los sabores, en que los dueños de las mascotas puedan elegir para su mascota.

Costos por producto unitario:

Tabla 25 Costos de los Productos.

Accesorios	COSTO	PVP
Mordedor Hueso Vinilo	$ 1,62	$ 2,02
Mordedor Hot Dog Vinilo	$ 1,62	$ 2,02
Mordedor Hueso Gom - Masisa	$ 2,96	$ 3,70
Collar Naylon Hueso Huella	$ 1,62	$ 2,02
Collar + Correa Naylon Hueso-	$ 3,76	$ 4,70
Collar + Correa Naylon Dog New	$ 4,03	$ 5,04
Collar Cuero Dog (Rojo)	$ 3,31	$ 4,14
Collar Cuero Dog (Negro)	$ 3,86	$ 4,82
Collar Cuero Dog (Cafe)	$ 4,30	$ 5,38
7 Mini Huesos (Sabor Carne)	$ 1,70	$ 2,13
7 Mini Huesos (Sabor Natural)	$ 1,70	$ 2,13
7 Mini Huesos (Sabor Pollo)	$ 1,70	$ 2,13
4 Huesos (Sabor Natural)	$ 2,46	$ 3,08
4 Huesos (Sabor Pollo)	$ 2,46	$ 3,08
5 Huesos (Sabores Surtidos)	$ 4,64	$ 5,80
4 Huesos (Sabor Carne)	$ 3,90	$ 4,87
1 Paquete Galletas Carne	$ 4,78	$ 5,98
6 Palitos (Sticks) P&B	$ 1,03	$ 1,29
20 Rejos P&B Golden	$ 2,33	$ 2,91
1 Paquete Caramelos P&B	$ 0,90	$ 1,12
6 Palitos P&B Cuadrados Sabor a	$ 1,66	$ 2,07
6 Palitos P&B Triangulares Sabor a	$ 1,26	$ 1,57
8 Rejos (Sabor Pollo)	$ 0,85	$ 1,06
3 Crunch Extruido (Sabor Carne)	$ 0,94	$ 1,18
1 Trenza	$ 1,43	$ 1,79

Fuente: Elaborado por autora.

Son todas accesorios que se va a ofrecer en la empresa en la cual los canes puedan estar felices con los juguetes y se los vea elegantes con los collares.

El margen de ganancia que se tendrá por la venta de cada uno de los accesorios y alimentos será un valor de 10 %.

Unidades anuales de productos:

Tabla 26 Unidades Anuales de Productos.

ALIMENTOS	Totales 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
CACHORRO	32	57	103	184	331
ADULTO (POLLO)	16	29	51	92	166
ADULTO (CARNE)	32	57	103	184	331
ADULTO R. PEQUEÑA	32	57	103	184	331
EDAD MADURA + 7 AÑOS	16	29	51	92	166
ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	32	57	103	184	331
CACHORRO R. PEQUEÑA	32	57	103	184	331
CACHORRO R. MED. Y GRAN.	16	29	51	92	166
ADULTO R. MED. Y GRAN. (POLLO)	16	29	51	92	166
ADULTO R. MED. Y GRAN. (CARNE)	32	57	103	184	331
ADULTO R. MED. Y GRAN.	32	57	103	184	331
ACCESORIOS					
Mordedor Hueso Vinilo	32	57	103	184	331
Mordedor Hot Dog Vinilo	16	29	51	92	166
Mordedor Hueso Gom - Masisa	16	29	51	92	166
Collar Naylon Hueso Huella	32	57	103	184	331
Collar + Correa Naylon Hueso-Huella	16	29	51	92	166
Collar + Correa Naylon Dog New Style	16	29	51	92	166
Collar Cuero Dog (Rojo)	16	29	51	92	166
Collar Cuero Dog (Negro)	16	29	51	92	166
Collar Cuero Dog (Cafe)	16	29	51	92	166
7 Mini Huesos (Sabor Carne)	32	57	103	184	331
7 Mini Huesos (Sabor Natural)	32	57	103	184	331
7 Mini Huesos (Sabor Pollo)	32	57	103	184	331
4 Huesos (Sabor Natural)	16	29	51	92	166
4 Huesos (Sabor Pollo)	16	29	51	92	166
5 Huesos (Sabores Surtidos)	16	29	51	92	166
4 Huesos (Sabor Carne)	16	29	51	92	166
1 Paquete Galletas Carne	16	29	51	92	166
6 Palitos (Sticks) P&B	32	57	103	184	331
20 Rejos P&B Golden	32	57	103	184	331
1 Paquete Caramelos P&B	32	57	103	184	331
6 Palitos P&B Cuadrados Sabor a Pollo	32	57	103	184	331
6 Palitos P&B Triangulares Sabor a Carne	32	57	103	184	331
8 Rejos (Sabor Pollo)	32	57	103	184	331
3 Crunch Extruido (Sabor Carne)	16	29	51	92	166
1 Trenza	32	57	103	184	331
TOTALES	**875**	**1572**	**2823**	**5070**	**9106**

Fuente: Elaborado por autora.

Son todas las unidades que se va a tener en los cinco años en la cual son de alimentos y accesorios para los canes.

Costos anuales de productos:

Tabla 27 Costos Anuales de Productos.

ALIMENTOS	Totales 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
CACHORRO	$ 563,94	$ 1.012,76	$ 1.818,78	$ 3.266,26	$ 5.865,73
ADULTO (POLLO)	$ 378,83	$ 680,32	$ 1.221,76	$ 2.194,10	$ 3.940,29
ADULTO (CARNE)	$ 757,66	$ 1.360,64	$ 2.443,51	$ 4.388,20	$ 7.880,58
ADULTO R. PEQUEÑA	$ 1.789,34	$ 3.213,40	$ 5.770,80	$ 10.363,53	$ 18.611,40
EDAD MADURA + 7 AÑOS	$ 589,70	$ 1.059,01	$ 1.901,83	$ 3.415,42	$ 6.133,60
ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	$ 1.199,51	$ 2.154,16	$ 3.868,55	$ 6.947,37	$ 12.476,48
CACHORRO R. PEQUEÑA	$ 851,12	$ 1.528,49	$ 2.744,95	$ 4.929,53	$ 8.852,73
CACHORRO R. MED. Y GRAN.	$ 663,55	$ 1.191,65	$ 2.140,03	$ 3.843,18	$ 6.901,80
ADULTO R. MED. Y GRAN. (POLLO)	$ 569,71	$ 1.023,11	$ 1.837,36	$ 3.299,63	$ 5.925,66
ADULTO R. MED. Y GRAN. (CARNE)	$ 1.139,41	$ 2.046,22	$ 3.674,72	$ 6.599,26	$ 11.851,33
ADULTO R. MED. Y GRAN.	$ 1.373,71	$ 2.466,99	$ 4.430,36	$ 7.956,29	$ 14.288,35
TOTALES DE ALIMENTOS	**$ 9.876,48**	**$ 17.736,74**	**$ 31.852,64**	**$ 57.202,76**	**$ 102.727,95**

Fuente: Elaborado por autora.

Son todos los costos que se tendrá de los cinco años en los alimentos para los canes en la cual será para el negocio.

Accesorios:

Tabla 28 Costos de Accesorios.

ACCESORIOS	TOTALES 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
Mordedor Hueso Vinilo	$ 51,44	$ 92,39	$ 165,91	$ 297,96	$ 535,08
Mordedor Hot Dog Vinilo	$ 25,72	$ 46,19	$ 82,96	$ 148,98	$ 267,54
Mordedor Hueso Gom - Masisa	$ 47,11	$ 84,61	$ 151,95	$ 272,88	$ 490,05
Collar Naylon Hueso Huella	$ 51,44	$ 92,39	$ 165,91	$ 297,96	$ 535,08
Collar + Correa Naylon Hueso-Huella	$ 59,85	$ 107,48	$ 193,02	$ 346,63	$ 622,50
Collar + Correa Naylon Dog New Style	$ 64,18	$ 115,25	$ 206,98	$ 371,71	$ 667,53
Collar Cuero Dog (Rojo)	$ 52,72	$ 94,67	$ 170,02	$ 305,33	$ 548,33
Collar Cuero Dog (Negro)	$ 61,38	$ 110,22	$ 197,95	$ 355,48	$ 638,39
Collar Cuero Dog (Cafe)	$ 68,51	$ 123,03	$ 220,94	$ 396,78	$ 712,56
7 Mini Huesos (Sabor Carne)	$ 54,25	$ 97,42	$ 174,95	$ 314,18	$ 564,22
7 Mini Huesos (Sabor Natural)	$ 54,25	$ 97,42	$ 174,95	$ 314,18	$ 564,22
7 Mini Huesos (Sabor Pollo)	$ 54,25	$ 97,42	$ 174,95	$ 314,18	$ 564,22
4 Huesos (Sabor Natural)	$ 39,22	$ 70,43	$ 126,49	$ 227,15	$ 407,94
4 Huesos (Sabor Pollo)	$ 39,22	$ 70,43	$ 126,49	$ 227,15	$ 407,94
5 Huesos (Sabores Surtidos)	$ 73,86	$ 132,63	$ 238,19	$ 427,76	$ 768,19
4 Huesos (Sabor Carne)	$ 62,01	$ 111,37	$ 200,00	$ 359,17	$ 645,02
1 Paquete Galletas Carne	$ 76,15	$ 136,75	$ 245,58	$ 441,03	$ 792,03
6 Palitos (Sticks) P&B	$ 32,85	$ 59,00	$ 105,95	$ 190,28	$ 341,71
20 Rejos P&B Golden	$ 74,11	$ 133,09	$ 239,01	$ 429,23	$ 770,84
1 Paquete Caramelos P&B	$ 28,52	$ 51,22	$ 91,99	$ 165,20	$ 296,68
6 Palitos P&B Cuadrados Sabor a Poll	$ 52,72	$ 94,67	$ 170,02	$ 305,33	$ 548,33
6 Palitos P&B Triangulares Sabor a Ca	$ 39,98	$ 71,81	$ 128,95	$ 231,58	$ 415,88
8 Rejos (Sabor Pollo)	$ 27,00	$ 48,48	$ 87,06	$ 156,35	$ 280,79
3 Crunch Extruido (Sabor Carne)	$ 15,03	$ 26,98	$ 48,46	$ 87,03	$ 156,29
1 Trenza	$ 45,59	$ 81,87	$ 147,02	$ 264,03	$ 474,16
TOTALES DEACCESORIOS	**$ 1.251,34**	**$ 2.247,23**	**$ 4.035,70**	**$ 7.247,54**	**$ 13.015,53**

Fuente: Elaborado por autora.

Son todos los costos que se tendrán en los cinco años en la venta de accesorios para los canes.

TOTALES DE COSTOS Y ACCESORIOS	**$ 11.127,82**	**$ 19.983,97**	**$35.888,34**	**$ 64.450,30**	**$ 115.743,48**

Son los totales de todos los costos en accesorios y alimentos que se tendrá en los cinco años para la venta en el negocio.

5.7 Escenarios De Ventas

A continuación se muestra el cuadro de ventas proyectado a cinco años. Se ha considerado el crecimiento de las ventas de forma anual del 1,050% y también se ha considerado el incremento de la inflación en un 0,03 tomando de referencia los últimos datos dados por el INEC, (2017). El negocio comenzará con un establecimiento, donde su enfoque será el de estabilizar el negocio y posicionar marca en este tiempo. La marca PRO-DOG contará ubicado la empresa en el sector norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales de Guayaquil.

Tipos de servicios:

Tabla 29 Tipos de Servicios.

TIPO DE SERVICIOS	PVP
VETERINARIO	12,00
VACUNACION	10,00
DESPARASITACION	5,00
CIRUGIA MENOR	45,00
EMERGENCIA	12,00
CONTROL DE PREÑEZ	10,00
ESTERILIZACION DE MACHOS	60,00
ESTERILIZACION DE HEMBRAS	70,00
CAMBIO DE LOOK, BAÑO O LIMPIEZA	15,00
ENTRENAMIENTO DE CANES	35,00

Fuente: Elaborado por autora.

Son todos los servicios con sus respectivos precios que tendrá en el negocio para las personas que necesiten para sus canes en la cuales son los principales que toda mascota requiere.

Unidades de servicios:

Tabla 30 Unidades en Servicios Anuales.

unidades en servicio					
SERVICIOS	Totales 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
CONSULTA	478	858	1540	2766	4967
VACUNACION	159	286	513	922	1656
DESPARASITACION	159	286	513	922	1656
CIRUGIA MENOR	32	57	103	184	331
EMERGENCIA	16	29	53	95	170
CONTROL DE PREÑEZ	32	57	103	184	331
ESTERILIZACION DE MACHOS	127	229	411	738	1324
ESTERILIZACION DE HEMBRAS	127	229	411	738	1324
CAMBIO DE LOOK, BAÑO O LIMPIEZA	478	858	1540	2766	4967
ENTRENAMIENTO DE CANES	32	57	103	184	331
TOTAL	**1640**	2945	5289	9498	17057

Fuente: Elaborado por autora.

Son todas las cantidades de servicios que se espera atender en los próximos cinco años.

Dólares en Servicios:

Tabla 31 Proyección de ventas anuales en servicios.

Dolares en servicios					
SERVICIOS	Totales 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
CONSULTA VETERINARIO	$ 5.730,17	$ 10.290,55	$ 18.480,36	$ 33.188,07	$ 59.601,00
VACUNACION	$ 1.591,71	$ 2.858,49	$ 5.133,43	$ 9.218,91	$ 16.555,83
DESPARASITACION	$ 795,86	$ 1.429,24	$ 2.566,72	$ 4.609,45	$ 8.277,92
CIRUGIA MENOR	$ 1.432,54	$ 2.572,64	$ 4.620,09	$ 8.297,02	$ 14.900,25
EMERGENCIA	$ 191,01	$ 343,02	$ 616,01	$ 1.106,27	$ 1.986,70
CONTROL DE PREÑEZ	$ 318,34	$ 571,70	$ 1.026,69	$ 1.843,78	$ 3.311,17
ESTERILIZACION DE MACHOS	$ 7.640,22	$ 13.720,74	$ 24.640,48	$ 44.250,75	$ 79.468,00
ESTERILIZACION DE HEMBRAS	$ 8.913,59	$ 16.007,53	$ 28.747,22	$ 51.625,88	$ 92.712,66
CAMBIO DE LOOK, BAÑO O LIMPIEZA	$ 7.162,71	$ 12.863,19	$ 23.100,45	$ 41.485,08	$ 74.501,25
ENTRENAMIENTO DE CANES	$ 1.114,20	$ 2.000,94	$ 3.593,40	$ 6.453,23	$ 11.589,08
TOTAL	**$ 34.890,34**	$ 62.658,04	$ 112.524,84	$ 202.078,44	$ 362.903,85

Fuente: Elaborado por autora.

Son los valores que se espera obtener en los cinco años por medio de los servicios que se brindara en el negocio.

Unidades de productos:

Tabla 32 Proyección de Unidades en los Productos.

ALIMENTOS	PVP	Totales 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
CACHORRO	$ 35,43	32	57	103	184	331
ADULTO (POLLO)	$ 29,75	16	29	51	92	166
ADULTO (CARNE)	$ 29,75	32	57	103	184	331
ADULTO R. PEQUEÑA	$ 70,26	32	57	103	184	331
EDAD MADURA + 7 AÑOS	$ 46,31	16	29	51	92	166
ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	$ 47,10	32	57	103	184	331
CACHORRO R. PEQUEÑA	$ 33,42	32	57	103	184	331
CACHORRO R. MED. Y GRAN.	$ 52,11	16	29	51	92	166
ADULTO R. MED. Y GRAN. (POLLO)	$ 44,74	16	29	51	92	166
ADULTO R. MED. Y GRAN. (CARNE)	$ 44,74	32	57	103	184	331
ADULTO R. MED. Y GRAN.	$ 53,94	32	57	103	184	331
Mordedor Hueso Vinilo	$ 2,02	32	57	103	184	331
Mordedor Hot Dog Vinilo	$ 2,02	16	29	51	92	166
Mordedor Hueso Gom - Masisa	$ 3,70	16	29	51	92	166
Collar Naylon Hueso Huella	$ 2,02	32	57	103	184	331
Collar + Correa Naylon Hueso-Huella	$ 4,70	16	29	51	92	166
Collar + Correa Naylon Dog New Style	$ 5,04	16	29	51	92	166
Collar Cuero Dog (Rojo)	$ 4,14	16	29	51	92	166
Collar Cuero Dog (Negro)	$ 4,82	16	29	51	92	166
Collar Cuero Dog (Cafe)	$ 5,38	16	29	51	92	166
7 Mini Huesos (Sabor Carne)	$ 2,13	32	57	103	184	331
7 Mini Huesos (Sabor Natural)	$ 2,13	32	57	103	184	331
7 Mini Huesos (Sabor Pollo)	$ 2,13	32	57	103	184	331
4 Huesos (Sabor Natural)	$ 3,08	16	29	51	92	166
4 Huesos (Sabor Pollo)	$ 3,08	16	29	51	92	166
5 Huesos (Sabores Surtidos)	$ 5,80	16	29	51	92	166
4 Huesos (Sabor Carne)	$ 4,87	16	29	51	92	166
1 Paquete Galletas Carne	$ 5,98	16	29	51	92	166
6 Palitos (Sticks) P&B	$ 1,29	32	57	103	184	331
20 Rejos P&B Golden	$ 2,91	32	57	103	184	331
1 Paquete Caramelos P&B	$ 1,12	32	57	103	184	331
6 Palitos P&B Cuadrados Sabor a Pollo	$ 2,07	32	57	103	184	331
6 Palitos P&B Triangulares Sabor a Carne	$ 1,57	32	57	103	184	331
8 Rejos (Sabor Pollo)	$ 1,06	32	57	103	184	331
3 Crunch Extruido (Sabor Carne)	$ 1,18	16	29	51	92	166
1 Trenza	$ 1,79	32	57	103	184	331
TOTALES		**875**	**1572**	**2823**	**5070**	**9106**

Fuente: Elaborado por autora.

Son todas las unidades de los alimentos y servicios que se espera vender en los cinco años.

Dólares en productos:

Tabla 33 Proyección de ventas anuales

Dolares en productos ALIMENTOS	Totales 2017	TOTALES 2018	TOTALES 2019	TOTALES 2020	TOTALES 2021
CACHORRO	$ 1.127,89	$ 2.025,52	$ 3.637,55	$ 6.532,52	$ 11.731,46
ADULTO (POLLO)	$ 473,53	$ 850,40	$ 1.527,20	$ 2.742,62	$ 4.925,36
ADULTO (CARNE)	$ 947,07	$ 1.700,80	$ 3.054,39	$ 5.485,25	$ 9.850,72
ADULTO R. PEQUEÑA	$ 2.236,67	$ 4.016,75	$ 7.213,50	$ 12.954,41	$ 23.264,26
EDAD MADURA + 7 AÑOS	$ 737,12	$ 1.323,77	$ 2.377,29	$ 4.269,28	$ 7.667,01
ADULTO R. MED. Y GRAN. (ORIGINAL)	$ 1.499,39	$ 2.692,69	$ 4.835,69	$ 8.684,21	$ 15.595,59
CACHORRO R. PEQUEÑA	$ 1.063,90	$ 1.910,61	$ 3.431,19	$ 6.161,92	$ 11.065,92
CACHORRO R. MED. Y GRAN.	$ 829,44	$ 1.489,56	$ 2.675,03	$ 4.803,97	$ 8.627,24
ADULTO R. MED. Y GRAN. (POLLO)	$ 712,13	$ 1.278,89	$ 2.296,70	$ 4.124,54	$ 7.407,08
ADULTO R. MED. Y GRAN. (CARNE)	$ 1.424,26	$ 2.557,77	$ 4.593,40	$ 8.249,08	$ 14.814,16
ADULTO R. MED. Y GRAN.	$ 1.717,14	$ 3.083,74	$ 5.537,95	$ 9.945,36	$ 17.860,43
Mordedor Hueso Vinilo	$ 64,31	$ 115,48	$ 207,39	$ 372,44	$ 668,86
Mordedor Hot Dog Vinilo	$ 32,15	$ 57,74	$ 103,70	$ 186,22	$ 334,43
Mordedor Hueso Gom - Masisa	$ 58,89	$ 105,76	$ 189,94	$ 341,10	$ 612,57
Collar Naylon Hueso Huella	$ 64,31	$ 115,48	$ 207,39	$ 372,44	$ 668,86
Collar + Correa Naylon Hueso-Huella	$ 74,81	$ 134,35	$ 241,27	$ 433,29	$ 778,12
Collar + Correa Naylon Dog New Style	$ 80,22	$ 144,07	$ 258,72	$ 464,63	$ 834,41
Collar Cuero Dog (Rojo)	$ 65,90	$ 118,34	$ 212,52	$ 381,66	$ 685,41
Collar Cuero Dog (Negro)	$ 76,72	$ 137,78	$ 247,43	$ 444,35	$ 797,99
Collar Cuero Dog (Cafe)	$ 85,63	$ 153,79	$ 276,18	$ 495,98	$ 890,70
7 Mini Huesos (Sabor Carne)	$ 67,81	$ 121,77	$ 218,68	$ 392,73	$ 705,28
7 Mini Huesos (Sabor Natural)	$ 67,81	$ 121,77	$ 218,68	$ 392,73	$ 705,28
7 Mini Huesos (Sabor Pollo)	$ 67,81	$ 121,77	$ 218,68	$ 392,73	$ 705,28
4 Huesos (Sabor Natural)	$ 49,02	$ 88,04	$ 158,11	$ 283,94	$ 509,92
4 Huesos (Sabor Pollo)	$ 49,02	$ 88,04	$ 158,11	$ 283,94	$ 509,92
5 Huesos (Sabores Surtidos)	$ 92,32	$ 165,79	$ 297,74	$ 534,70	$ 960,24
4 Huesos (Sabor Carne)	$ 77,52	$ 139,21	$ 250,00	$ 448,96	$ 806,27
1 Paquete Galletas Carne	$ 95,18	$ 170,94	$ 306,98	$ 551,29	$ 990,04
6 Palitos (Sticks) P&B	$ 41,07	$ 73,75	$ 132,44	$ 237,85	$ 427,14
20 Rejos P&B Golden	$ 92,64	$ 166,36	$ 298,77	$ 536,54	$ 963,55
1 Paquete Caramelos P&B	$ 35,65	$ 64,03	$ 114,99	$ 206,50	$ 370,85
6 Palitos P&B Cuadrados Sabor a Pollo	$ 65,90	$ 118,34	$ 212,52	$ 381,66	$ 685,41
6 Palitos P&B Triangulares Sabor a Carne	$ 49,98	$ 89,76	$ 161,19	$ 289,47	$ 519,85
8 Rejos (Sabor Pollo)	$ 33,74	$ 60,60	$ 108,83	$ 195,44	$ 350,98
3 Crunch Extruido (Sabor Carne)	$ 18,78	$ 33,73	$ 60,57	$ 108,78	$ 195,36
1 Trenza	$ 56,98	$ 102,33	$ 183,78	$ 330,04	$ 592,70
TOTALES	**$ 14.332,74**	**$ 25.739,53**	**$ 46.224,51**	**$ 83.012,57**	**$ 149.078,65**

Fuente: Elaborado por autora.

Están detallado todos los valores que se van a obtener por medio de los alimentos y servicios que se van a ofrecer en el Prodog.

5.8 Depreciaciones

La empresa ha realizado adquisición de activos, como lo son las maquinarias (Tabla 34) por un valor de $10.467,29, muebles y enseres (Tabla 35) por un valor de $2.331,59, vehículo (Tabla 36) y equipos de computación (Tabla 37) por un valor de $1.500,00, mismos que serán presentados en continuación para su respectiva aplicación en el ejercicio contable.

Maquinaria

Valor del activo 10.467,29

Vida útil

(Años) 10

Tabla 34 Depreciación de Maquinaria.

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	1.046,73	1.046,73	9.420,56
2	1.046,73	2.093,46	8.373,83
3	1.046,73	3.140,19	7.327,10
4	1.046,73	4.186,92	6.280,37
5	1.046,73	5.233,65	5.233,65
6	1.046,73	6.280,37	4.186,92
7	1.046,73	7.327,10	3.140,19
8	1.046,73	8.373,83	2.093,46
9	1.046,73	9.420,56	1.046,73
10	1.046,73	10.467,29	-

Fuente: Elaborado por autora.

MUEBLES Y ENSERES

Valor del activo 2.331,59

Vida útil

(Años) 10

Tabla 35 Depreciación de Muebles y Enseres

	Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
2017	1	233,16	233,16	2.098,43
2018	2	233,16	466,32	1.865,27
2019	3	233,16	699,48	1.632,11
2020	4	233,16	932,64	1.398,95
2021	5	233,16	1.165,80	1.165,80
2022	6	233,16	1.398,95	932,64
2023	7	233,16	1.632,11	699,48
2024	8	233,16	1.865,27	466,32
2025	9	233,16	2.098,43	233,16
2026	10	233,16	2.331,59	-

Fuente: Elaborado por autora.

VEHICULO

Valor del activo 9.000,00

Vida útil (Años) 5

Tabla 36 Depreciación de Vehículo

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	1.800,00	1.800,00	7.200,00
2	1.800,00	3.600,00	5.400,00
3	1.800,00	5.400,00	3.600,00
4	1.800,00	7.200,00	1.800,00
5	1.800,00	9.000,00	-

Fuente: Elaborado por autora.

Equipo de computo

Valor del activo 1.500,00

Vida útil (Años) 3

Tabla 37 Depreciación de Equipo de Computo

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	500,00	500,00	1.000,00
2	500,00	1.000,00	500,00
3	500,00	1.500,00	-

Fuente: Elaborado por autora.

EDIFICIO

Valor del activo 25.000,00

Vida útil (Años) 20

Tabla 38 Depreciación de Edificio.

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	1.250,00	1.250,00	23.750,00
2	1.250,00	2.500,00	22.500,00
3	1.250,00	3.750,00	21.250,00
4	1.250,00	5.000,00	20.000,00
5	1.250,00	6.250,00	18.750,00
6	1.250,00	7.500,00	17.500,00
7	1.250,00	8.750,00	16.250,00
8	1.250,00	10.000,00	15.000,00
9	1.250,00	11.250,00	13.750,00
10	1.250,00	12.500,00	12.500,00
11	1.250,00	13.750,00	11.250,00
12	1.250,00	15.000,00	10.000,00
13	1.250,00	16.250,00	8.750,00
14	1.250,00	17.500,00	7.500,00
15	1.250,00	18.750,00	6.250,00
16	1.250,00	20.000,00	5.000,00
17	1.250,00	21.250,00	3.750,00
18	1.250,00	22.500,00	2.500,00
19	1.250,00	23.750,00	1.250,00
20	1.250,00	25.000,00	-

Fuente: Elaborado por autora.

5.7 Balance General

Tabla 39 Balance General.

BALANCE GENERAL Al 31 de Diciembre					
CUENTA	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
1. ACTIVOS					
1.1.1. DISPONIBLES					
1.1.1.01. CAJA	$ 250,00	$ 275,00	$ 300,00	$ 325,00	$ 350,00
1.1.1.02. BANCOS					
1.1.1.02.001 BANCO MACHALA	16444,06	25902,89	80589,37	185436,56	373186,17
1.1.3. REALIZABLES					
1.1.3.01. INVENTARIOS					
1.1.3.01.003 BODEGA UNO					
1.1.4. ANTICIPADOS					
1.1.4.05. GASTOS ANTICIPADOS					
1.1.4.05.010 MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	$ 1.000,00	$ 1.030,00	$ 1.060,90	$ 1.092,73	$ 1.125,51
1.1.4.05.014 MANTENIMIENTO DE VEHICULOS	$ 500,00	$ 515,00	$ 530,45	$ 546,36	$ 562,75
1.1.Z TOTAL CORRIENTES					
1.2.2. PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO					
1.2.2.01.000 EDIFICIO	$ 25.000,00	$ 25.000,00	$ 25.000,00	$ 25.000,00	$ 25.000,00
1.2.2.01.002 TERRENO	$ 15.000,00	$ 15.000,00	$ 15.000,00	$ 15.000,00	$ 15.000,00
1.2.2.01.002 MAQUINARIAS	$ 10.467,29	$ 10.467,29	$ 10.467,29	$ 10.467,29	$ 10.467,29
1.2.2.01.003 MUEBLES Y ENSERES	$ 2.331,59	$ 2.331,59	$ 2.331,59	$ 2.331,59	$ 2.331,59
1.2.2.01.006 VEHICULOS	$ 9.000,00	$ 9.000,00	$ 9.000,00	$ 9.000,00	$ 9.000,00
1.2.2.01.011 EQUIPO COMPUTO	$ 1.500,00	$ 1.500,00	$ 1.500,00	$ -	$ -
1.2.2.02. DEPRECIACION ACUMULADA	$ -				
1.2.2.02.002 DEP. ACUM EDIFICIO	$ (1.250,00)	$ (2.500,00)	$ (3.750,00)	$ (5.000,00)	$ (6.250,00)
1.2.2.02.002 DEP. ACUM. MAQUINARIAS	$ (1.046,73)	$ (2.093,46)	$ (3.140,19)	$ (4.186,92)	$ (5.233,65)
1.2.2.02.003 DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	$ (233,16)	$ (466,32)	$ (699,48)	$ (932,64)	$ (1.165,80)
1.2.2.02.006 DEP. ACUM. VEHICULOS	$ (1.800,00)	$ (3.600,00)	$ (5.400,00)	$ (7.200,00)	$ (9.000,00)
1.2.2.02.008 DEP. ACUM.EQUIPO COMPUTO	$ (500,00)	$ (1.000,00)	$ (1.500,00)		
1.2.2.04. DIFERIDOS	$ -				
1.2.2.04.002 GASTOS DE ORGANIZACION	$ 2.100,00	$ -	$ -	$ -	$ -
1.2.7.01. MARCAS, PATENTES,DERECHOS DE LLAVEM					
1.2.7.01.001 MARCAS, PATENTE, DERECHOS DE	$ 300,00	-	$ -	$ -	$ -
TOTAL ACTIVOS	**$ 79.063,05**	**$ 81.361,99**	**$ 131.289,94**	**$ 231.879,98**	**$ 415.373,87**
2. PASIVOS					
2.1.1. CUENTAS POR PAGAR					
2.1.1.01. PROVEEDORES					
2.1.1.01.001 NACIONALES	$ 4.270,00	$ 4.398,10	$ 4.530,04	$ 4.665,94	$ 4.805,92
2.1.2. ADMINISTRACION TRIBUTARIA					
2.1.2.01. IMPUESTOS POR PAGAR					
2.1.2.01.001 IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	$ -	$ 400,74	$ 9.911,88	$ 29.113,64	$ 64.173,95
2.1.4. BENEFICIOS SOCIALES					
2.1.4.01. IESS POR PAGAR					
2.1.4.01.001 APORTES PERSONAL Y PATRONAL	$ 224,98	$ 232,60	$ 240,49	$ 248,64	$ 257,07
2.1.4.01.002 FONDO RESERVA	$ 2.019,19	$ 2.087,64	$ 2.158,41	$ 2.231,58	$ 2.307,23
2.1.4.01. PARTICIPACION DE TRABAJADORES POR					
2.1.4.01.001 PARTICIPACION DE TRABAJADORES	$ -	$ 273,23	$ 6.758,10	$ 19.850,21	$ 43.754,97
TOTAL PASIVOS	**$ 6.514,17**	**$ 7.392,31**	**$ 23.598,93**	**$ 56.110,02**	**$ 115.299,15**
3. PATRIMONIO					
3.1.1. CAPITAL					
3.1.1.01. CAPITAL SOCIAL PAGADO					
3.1.1.01.001 SOCIO 1	$ 36.274,44	$ 36.274,44	$ 36.274,44	$ 36.274,44	$ 36.274,44
3.1.1.01.002 SOCIO 2	$ 36.274,44	$ 36.274,44	$ 36.274,44	$ 36.274,44	$ 36.274,44
3.1.9.09. RESULTADOS EJERCICO ACTUAL					
3.1.9.09.100 RESULTADO DEL PRESENTE EJERCICIO	-	$ 1.420,80	$ 35.142,13	$ 103.221,08	$ 227.525,84
TOTAL PATRIMONIO	**$ 72.548,88**	**$ 73.969,68**	**$ 107.691,01**	**$ 175.769,96**	**$ 300.074,72**
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	**79.063,05**	**81.361,99**	**131.289,94**	**231.879,98**	**415.373,87**
DIFERENCIA - CUADRE DE BALANCE	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 0,00**

Fuente: Elaborado por autora.

En el Balance General se registró todas las cuentas, en las cuales tenemos en activo: Caja que es el valor que se tiene por cada año. La cuenta bancos en la cual se tendrá guardado esa cantidad de dinero.

Se registra todos los gastos que se tienen la empresa Prodog y con sus respectivas depreciaciones.

En las cuentas pasivos se registran los pagos que se realizan en los cinco años como a proveedores que se tiene para los alimentos y accesorios para los canes.

Los pagos que se realizan por el impuesto a la renta y la participación de los trabajadores.

En la cuenta patrimonio se detalla el capital que los accionistas deben aportar para la empresa

5.9 Estado De Pérdidas Y Ganancias

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se detalla todas las ventas que se obtendrá en el Prodog ya sea de servicios y productos para los canes. En los costos se registra los valores que tienen cada producto obtenido por la empresa.

Los gastos detalla todos los gastos administrativos ya sea como salarios y sueldos y en lo laboral como agua potable.

Se registra las depreciaciones de los activos fijos en todos los años correspondientes.

En el primer año no se obtiene utilidad en la cual no se registra los gastos de impuestos por la renta y la participación de trabajadores, pero en los siguientes años si se los registra (Tabla).

Tabla 40 Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS Al 31 de Diciembre					
CUENTA	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
4. INGRESOS					
4.1. OPERACIONALES					
4.1.1. VENTAS					
4.1.1.01.002 VENTAS POR PRODUCTOS	$ 14.332,74	$ 25.739,53	$ 46.224,51	$ 83.012,57	$ 149.078,65
4.1.1.01.003 VENTAS DE SERVICIOS	$ 34.890,34	$ 62.658,04	$ 112.524,84	$ 202.078,44	$ 362.903,85
4.1.1.01.004 OTRAS VENTAS	$ 600,00	$ 630,00	$ 661,50	$ 694,58	$ 729,30
TOTAL INGRESOS	**$ 49.223,08**	**$ 88.397,57**	**$ 158.749,34**	**$ 285.091,01**	**$ 511.982,50**
5. COSTOS					
5.1. COSTOS DE VENTAS					
5.1.1. COSTOS DE VENTAS PRODUCTOS					
5.1.1.01.001 COSTO DE PRODUCTOS	$ 11.127,82	$ 19.983,97	$ 35.888,34	$ 64.450,30	$ 115.743,48
TOTAL COSTOS	**$ 11.127,82**	**$ 19.983,97**	**$ 35.888,34**	**$ 64.450,30**	**$ 115.743,48**
6. GASTOS					
6.1. OPERACIONALES					
6.1.1. GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS					
6.1.1.01.001 SUELDOS Y SALARIOS	$ 24.240,00	$ 25.061,74	$ 25.911,33	$ 26.789,72	$ 27.697,89
6.1.1.01.002 DECIMO TERCER SUELDO	$ 2.020,00	$ 2.088,48	$ 2.159,28	$ 2.232,48	$ 2.308,16
6.1.1.01.003 DECIMO CUARTO SUELDO	$ 1.062,00	$ 1.098,00	$ 1.135,22	$ 1.173,71	$ 1.213,50
6.1.1.01.004 VACACIONES	$ 1.010,00	$ 1.044,24	$ 1.079,64	$ 1.116,24	$ 1.154,08
6.1.1.01.005 FONDO DE RESERVA	$ 2.019,19	$ 2.087,64	$ 2.158,41	$ 2.231,58	$ 2.307,23
6.1.1.01.006 APORTE PATRONAL	$ 2.699,73	$ 2.791,25	$ 2.885,87	$ 2.983,71	$ 3.084,85
6.1.1.01.007 CAPACITACION	$ 100,00	$ 103,00	$ 106,09	$ 109,27	$ 112,55
6.1.1.01.008 SERVICIOS EXTERNOS	$ 8.682,03	$ 12.028,09	$ 16.808,10	$ 23.739,38	$ 33.963,97
6.1.1.01 LABORAL					
6.1.1.02.002 AGUA POTABLE	$ 600,00	$ 618,00	$ 636,54	$ 655,64	$ 675,31
6.1.1.02.003 ENERGIA ELECTRICA	$ 960,00	$ 988,80	$ 1.018,46	$ 1.049,02	$ 1.080,49
6.1.1.02.004 TELEFONIA FIJA Y MOVIL	$ 960,00	$ 988,80	$ 1.018,46	$ 1.049,02	$ 1.080,49
6.1.1.02.005 COMBUSTILES Y LUBRICANTES	$ 900,00	$ 927,00	$ 954,81	$ 983,45	$ 1.012,96
6.1.1.02.009 MATRICULACION	$ 250,00	$ 257,50	$ 265,23	$ 273,18	$ 281,38
6.1.1.02.017 SERVICIO DE INTERNET	$ 600,00	$ 618,00	$ 636,54	$ 655,64	$ 675,31
6.1.1.02.030 PLAN DE MARKETING	$ 5.935,00	$ 6.231,75	$ 6.543,34	$ 5.944,40	$ 6.241,62
6.1.1.04.Z DEPRECIACIONES					
1.2.2.02.002 DEP. ACUM EDIFICIO	$ 1.250,00	$ 2.500,00	$ 3.750,00	$ 5.000,00	$ 6.250,00
6.1.1.04.002 MUEBLES Y EQUIPOS	$ 233,16	$ 466,32	$ 699,48	$ 932,64	$ 1.165,80
6.1.1.04.003 EQUIPOS COMPUTO	$ 500,00	$ 1.000,00	$ 1.500,00	$ -	$ -
6.1.1.04.005 VEHICULOS	$ 1.800,00	$ 3.600,00	$ 5.400,00	$ 7.200,00	$ 9.000,00
6.1.1.04.006 MAQUINARIAS	$ 1.046,73	$ 2.093,46	$ 3.140,19	$ 4.186,92	$ 5.233,65
TOTAL GASTOS	**$ 56.867,84**	**$ 66.592,07**	**$ 77.806,99**	**$ 88.305,99**	**$ 104.539,22**
UTILIDAD BRUTA	**$ (18.772,59)**	**$ 1.821,54**	**$ 45.054,01**	**$ 132.334,72**	**$ 291.699,79**
9. IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES					
9.1. GASTO IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES					
9.1.1. GASTO IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES					
9.1.1.01.002 PARTICIPACION TRABAJADORES	$ -	$ 273,23	$ 6.758,10	$ 19.850,21	$ 43.754,97
9.1.1.01.001 IMPUESTO A LA RENTA	$ -	$ 400,74	$ 9.911,88	$ 29.113,64	$ 64.173,95
TOTAL IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES	**$ -**	**$ 400,74**	**$ 9.911,88**	**$ 29.113,64**	**$ 64.173,95**
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**$ (18.772,59)**	**$ 1.420,80**	**$ 35.142,13**	**$ 103.221,08**	**$ 227.525,84**
Utilidad socios	**-**	**$ 710,40**	**$ 17.571,06**	**$ 51.610,54**	**$ 113.762,92**

Fuente: Elaborado por autora.

Situaciones a considerar:

- ✓ En el estado de pérdidas y ganancias como podemos observar a partir del segundo año la empresa tendrá utilidades, mismas que serán repartidas entre las socias.

5.10 Flujo De Efectivo

En el flujo de efectivo se registra cuanto es el valor neto que ingresa a la empresa por medio de las ventas de servicios y productos para los canes y los egresos que hay como los costos de los productos, las depreciaciones y los impuestos.

En el primero años no se tiene ganancia en la cual no se registra un flujo neto, en los otros años si se registra porque si se obtiene ganancias (Tabla 41).

Tabla 41 Flujo de Efectivo.

FLUJO EFECTIVO						
CONCEPTO	**0**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
INVERSION	**$ 72.548,88**					
INGRESOS DE PRODUCTOS		**$ 14.332,74**	**$ 25.739,53**	**$ 46.224,51**	**$ 83.012,57**	**$ 149.078,65**
INGRESOS DE SERVICIOS		**$ 34.890,34**	**$ 62.658,04**	**$ 112.524,84**	**$ 202.078,44**	**$ 362.903,85**
OTROS INGRESOS		**$ 600,00**	**$ 630,00**	**$ 661,50**	**$ 694,58**	**$ 729,30**
VENTAS		$ 49.823,08	$ 89.027,57	$ 159.410,84	$ 285.785,59	$ 512.711,80
EGRESOS		**$ 66.745,66**	**$ 84.476,78**	**$ 119.857,21**	**$ 176.869,93**	**$ 278.206,66**
COSTOS VENTAS		$ 11.127,82	$ 19.983,97	$ 35.888,34	$ 64.450,30	$ 115.743,48
ADM		$ 52.037,95	$ 56.932,29	$ 63.317,33	$ 70.986,44	$ 82.889,78
DEPRECIACION		$ 3.579,89	$ 7.159,78	$ 10.739,66	$ 12.319,55	$ 15.399,44
IMPUESTOS		$ -	$ 400,74	$ 9.911,88	$ 29.113,64	$ 64.173,95
FLUJO NETO	**$ 72.548,88**	**$ (16.922,59)**	**$ 4.550,80**	**$ 39.553,63**	**$ 108.915,65**	**$ 234.505,14**

Fuente: Elaborado por autora.

5.10.1 Tir y Van

El presente plan de negocios ha sido evaluado a través de la fórmula financiera del Valor Presente Neto, mismo que permite determinar si una inversión cumple el objetivo de maximizarla. El VAN del presente plan de negocios es de $ 91.918,43 dólares americanos, valor equivalen al monto presente neto.

Para el cálculo del VAN (Tabla 42) se ha tomado en consideración el flujo neto efectivo que es la sumatoria de las utilidades contables en conjunto a la depreciación y la amortización de

activos nominales, partidas que no generan movimiento de dinero, lo que implican un ahorro fiscal ya que están exentas de tributos fiscales.

Los flujos anuales de efectivo del presente proyecto están detallaos a continuación, misma que sirven de base para el cálculo del VNA, que para su cálculo se utilizó una tasa del 16,82% que es la tasa efectiva máxima para el segmento productivo PYMES (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 42Van y Tir

AÑO		VALOR
INV	$	(72.548,88)
1	$	(16.922,59)
2	$	4.550,80
3	$	39.553,63
4	$	108.915,65
5	$	234.505,14

VNA	$ 91.918,43
TIR	42%

La tasa interna de retorno (TIR) del presente plan de negocios, es una media geométrica de los rendimientos futuros, que implica el supuesto de una oportunidad para reinvertir. Este indicador de rentabilidad está destinado para la aceptación o rechazo del proyecto, cuyo valor es del 42% para el presente plan de negocios, donde mide la rentabilidad de los cobros generados por la inversión desde el 2017 al 2021 de forma proyectada, en términos relativos, es decir en porcentaje.

5.11 Sueldos Y Salarios

En la empresa Pro-Dog los sueldos y salarios de detalla cuantas personas conforman, con sus respectivos sueldos mensuales. Anuales se detalla cuanto es el valor total en los sueldos con todos los trabajadores.

Se contara con gerente, asistente administrativo que también será cajero, la estilista que adicional se encargara de hacer limpieza en la empresa.

Tenemos como servicio externo al entrenador y veterinario en la cual ellos obtienen ganancia por cada atención que den (Tabla 43)**.**

Tabla 43 Nomina de empleados.

	OFICINA		
DESCRIPCIÓN	**Gerente**	**Asistente Administrativo**	**Estilista de mascotas**
SUELDOS	$ 950,0	$ 550,0	$ 520,0
DECIMO TERCERO	$ 79,2	$ 45,8	$ 43,3
DECIMO CUARTO	$ 29,5	$ 29,5	$ 29,5
VACACIONES	$ 39,6	$ 22,9	$ 21,7
IESS	$ 115,4	$ 66,8	$ 63,2
FONDOS DE RESERVA	$ 79,1	$ 45,8	$ 43,3
	$ 1.292,8	**$ 760,9**	**$ 721,0**

Fuente: Elaborado por autora.

5.12 Proyección de gasto en nómina al 2020

A continuación se presenta la proyección de gasto en nómina al año 2021 (Tabla 43), para elaborar este supuesto se tomó en consideración el incremento del 3,39% de incremento anual del sueldo, que ha sido el promedio de crecimiento en los últimos años, establecidos por política de incremento salarial por el Gobierno ecuatoriano.

Tabla 44 Proyección al 2021 en gasto de nomina

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
SUELDOS	$ 24.240,00	25061,74	25911,33	26789,72	27697,89
DECIMO TERCERO	$ 2.020,00	2088,48	2159,28	2232,48	2308,16
DECIMO CUARTO	$ 1.062,00	1098,00	1135,22	1173,71	1213,50
VACACIONES	$ 1.010,00	1044,24	1079,64	1116,24	1154,08
IESS	$ 2.699,73	$ 2.791,25	$ 2.885,87	$ 2.983,71	3084,85
FONDOS DE RESERVA	$ 2.019,19	2087,64	2158,41	2231,58	2307,23
TOTAL	**$ 33.050,92**	**$ 34.171,35**	**$ 35.329,76**	**$ 36.527,44**	**$ 37.765,72**

Fuente: Elaborado por autora.

5.13 Servicios externos.

Los servicios externos se van a realizar por factura por lo cual no se considera los pagos en servicios externos

Entrenador: Se considera un 70% del total de ganancia del escenario de ventas en el servicio de entrenamiento de canes.

Veterinario: Se considera un 40% del total de ganancia del escenario de ventas en todos los servicios que brinda un veterinario.

Tabla 45 Servicios Externos.

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
ENTRENADOR	779,94	1.400,66	2.515,38	4.517,26	8.112,36
VETERINARIO	7.902,09	10.627,44	14.292,72	19.222,12	25.851,61
TOTAL	**8.682,03**	**12.028,09**	**16.808,10**	**23.739,38**	**33.963,97**

Fuente: Elaborado por autora.

CONCLUSIONES

Habiendo elaborado el presente proyecto de investigación en la cual se trata en el plan de negocio para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes tiene como objetivo prestar todos los servicios y brindar accesorios, alimentos para la mascota. Se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Mediante la creación de la empresa será viable por la optimización de recursos técnicos y financieros por medio que se aplica técnicas de recolección de información como encuestas que son enfocadas en el criterio de la población. Por ese medio se considera apropiado realizar un tipo de investigación cuantitativa en las cuales se obtendrá mejor información.
2. Técnicamente el proyecto es factible, ya que el estrato medio y alto de la ciudad de Guayaquil considera muy importante a su can por las que llegan a pagar hasta $50,00 mensuales que están dispuestos a invertir mensualmente en el can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado, es aquí donde actuará PRO-DOG, cubriendo la necesidad de aquel mercado.

3. Existen condiciones físicas (equipos, herramientas, insumos, entre otros) y humanas para iniciar la puesta en marcha en cuidado integral y entrenamiento de canes. Con ayuda de la estructura organizacional y administrativa coordinaremos las actividades encaminadas a brindar un servicio de calidad y a mantener una estrecha relación tanto con el cliente interno como externo.

4. En base a la investigación de mercado se observa que la población de esta ciudad esta dispuesta a adquirir los servicios que ofrecerá PRO-DOG, pues la mayoria de personas encuentran un serio problema al momento de escoger el lugar ideal que le brinde todos los cuidados que requiere su can y por su puesto que los traten como se lo merecen.

5. Mediante una proyección se podrá realizar una ampliación de la propuesta a otros sectores en la ciudad de Guayaquil, facilitando un aporte socioeconómico creando un mercado de oportunidades para empleos.

6. Realizando la investigación por medio de encuesta que fue realizada en el sector norte de la vía terminal terrestre pascual en Guayaquil y en hacer un estudio previo en el mercado, indica que es necesario que todo can deba tener un buen cuidado y alimentación.

7. Por medio del estado financiero se tiene como conclusión aunque en el primer año se registra perdida en la empresa porque recién se está creando, pero en los siguientes años se puede obtener ganancias. Es decir es rentable el negocio en la cual si se puede crear para brindar todos los servicios y productos que los canes necesitan.

8. De acuerdo al estudio financiero el proyecto es rentable, ya que tiene un VAN positivo de $ $ 91.918,43; una TIR de 42%. Los resultados demuestran un alto nivel de rentabilidad para este proyecto que además genera una tasa de retorno muy atractiva y con posibilidad de expansión.

RECOMENDACIONES

En el plan de negocio tiene como objetivo las siguientes recomendaciones:

1. Prodog busca proteger las mascotas por medio de cuidados, alimentación y en hacer que este entrenado para todas las personas ya sean sus dueños o en los desconocidos.

2. Se espera que todas las personas que tengan mascotas en especial los canes se preocupen por su salud y bienestar. En que estén pendientes en sus vacunas, en que no tengan pulgas ni garrapatas y le den una correcta alimentación dependiendo del tamaño y raza de la mascota.

3. Con la Intermediarios de marketing las actividades que se realicen como publicidad y promocionar los servicios de cuidado integral y entrenamiento de canes para que los posibles clientes obtengan del servicio que soliciten.

4. Mediante la Estrategia de marketing mix, se aplicara en el estudio del plan de negocio los elementos del marketing para realizar estrategias con el fin de lograr posicionarse en el mercado como precio que será el adecuado al servicio que los clientes soliciten.

5. Con el Diseño en una estrategia de marketing impulsada por el cliente, se realizara estrategias de marketing y se pueda crear un valor para los clientes.

ANEXO 2

Figura 27. Documento dirigido al coordinador Zonal-8 Salud.

4173-E

FECHA: 25 Agosto del 2016

Señor,

COORDINADOR ZONAL-8 SALUD

DR EDUARDO SANDOVAL VILLAMAR

De mi consideración:

Yo, **KATHERINE DEL ROCIO LOPEZ MONTECE** Solicito gentilmente su ayuda con la estadísticas sobre perros en la Cuidad de Guayaquil como vacunaciónes. El motivo de la solicitud es para un proyecto de mi titulación para la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

De antemano le quedo muy agradecida

Katherine López

C.I. 0931069969-2

COORDINACIÓN ZONAL 8 - SALUD
GESTIÓN INTERNA SECRETARÍA ZONAL
RECEPCIÓN
HORA
25 AGO 2016
NÚMERO
ANEXOS

(López, 2016)

ANEXO 3

Figura 28. Respuesta de la Solicitud de las estadísticas sobre perros en la ciudad de Guayaquil que son vacunados.

Ministerio de Salud Pública

Coordinación Zonal 8 – Salud
Despacho

Oficio Nro. MSP-CZ8S-DESPACHO-2016-1932-O

Guayaquil, 01 de septiembre de 2016

Asunto: SOLICITO SE ME AYUDE CON LA ESTADISTICAS SOBRE PERROS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL COMO VACUNACIONES.

Katherine del Rocio Lopez Montece
En su Despacho

De mi consideración:

Saludos cordiales, en atención al Documento Nro. MSP-CZ8S-GISZ-2016-4173-E, suscrito por la Srta. Katherine López Montece, estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, me permito comunicar lo siguiente:

El Ministerio de Salud Pública por intermedio de la Coordinación Zonal 8 - Salud, su Dirección de Vigilancia de la Salud Pública/ Gestión Interna de Estrategias de Prevención y Control - Estrategia Zoonosis, dentro de sus competencias dispone de acciones para fortalecer la prevención, control e interrupción de la circulación viral de la Rabia para la eliminación de la transmisión por mordeduras de canes y felinos.

Actualmente nuestro país forma parte del Plan Regional de Rabia de las Américas impulsado por la OPS/OMS, con la implementación de campañas anuales de vacunación antirrábica canina y felina, control adecuado de focos rábico y la atención de las personas en riesgo, recalcando ***que no tenemos casos de rabia humana desde el año 2001 y casos de rabia canina desde el año 2004.***

Dentro de este contexto y con el objetivo de responder a su requerimiento, es importante aclarar las competencias como Coordinación Zonal de Salud, en referencia a canes y felinos, como se describe a continuación:

- Campañas de Vacunación Canina y Felina, contra la Rabia.
- Vacunación Canina y Felina, contra la Rabia, por demanda espontánea en Distritos de Salud.
- Atención a personas mordidas por mamíferos no localizados, con tratamiento de vacuna antirrábica Humana.

Por lo tanto el Ministerio de Salud Pública no da atención veterinaria a canes ni felinos, por lo que no cuenta con la información estadística solicitada.

Ante lo expuesto, nos limitaremos a dar el dato de los **canes** vacunados en campaña finalizada el 31 de mayo dentro de la ciudad de Guayaquil y los vacunados por demanda espontánea hasta el 31 de julio del 2016.

Av. Carlos Luis Plaza Dañín y Francisco Boloña – Edificio del Sector Público Social
Código Postal: 090512 Teléfonos: 593 (4) 2591011
www.salud.gob.ec

1/3

(Ministerio de Salud Pública, 2016)

ANEXO 4

Figura 29. Solicitud de las estadísticas sobre perros en la ciudad de Guayaquil que son vacunados.

Ministerio de Salud Pública

Coordinación Zonal 8 – Salud
Despacho

Oficio Nro. MSP-CZ8S-DESPACHO-2016-1932-O

Guayaquil, 01 de septiembre de 2016

Población estimada:	326.429
Vacunados en Campaña:	197.951
Vacunados por libre demanda:	1.294

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Dr. Eduardo Antonio Sandoval Villamar
COORDINADOR ZONAL 8 - SALUD

Referencias:
- MSP-CZ8S-GISZ-2016-4173-E

Anexos:
- quipux_-4173-e_katherine_del_rocio_lopez_montece.pdf

Copia:
Señora Abogada
Anabelle Concepción Sierra Campi
Responsable de la Gestión Interna de la Secretaría General de la Coordinación Zonal 8 - Salud

Señor Doctor
Inocente Franklin Bajaña Loor
Director Zonal de Vigilancia de la Salud Pública de la Coordinación Zonal 8 - Salud

Señora Doctora
Juana Leticia Frere Franco
Responsable de la Gestión Interna de Estrategias de Prevención y Control de la Coordinación Zonal 8 - Salud

Señor Magister
Adrián Nixon Moreno Silva
Director Zonal de Planificación de la Coordinación Zonal 8 - Salud

Señor
Pedro Jacinto Posligua Chávez
Responsable de la Gestión Interna de Estadística y Análisis de Información de Salud de la Coordinación Zonal 8 - SaludS de la Coordinación Zonal 8 - Salud

Señora Tecnóloga
Isabel De Las Mercedes Aroca Merchán
Analista Zonal de Estrategias de Prevención y Control de la Coordinación Zonal 8 á Salud

Av. Carlos Luis Plaza Dañin y Francisco Boloña – Edificio del Sector Público Social
Código Postal: 090512 Teléfonos: 593 (4) 2591011
www.salud.gob.ec

2/2

(Ministerio de Salud Pública, 2016)

ANEXO 5

5.5.2 Formato de la encuesta

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Facultad de Ciencias Administrativas

Encuesta para evaluar el "Plan de negocios para la creación de una empresa de cuidado integral y entrenamiento de canes"

Objetivo de la encuesta: Conocer las necesidades de las personas que tienen canes como mascota.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y responda. Las respuestas serán manejadas confidencialmente.

1.- ¿Poseen canes en su domicilio?

SI	
NO	

2.- ¿Cuantos canes tiene actualmente?

1	
2	
Si es más especifique	

3.- ¿Qué servicios usted requiere para el cuidado de su can?

Veterinario	
Peluquería y Limpieza	
Entrenamiento	
Todos	

4.- ¿Usted lleva al veterinario a su can?

SI	
NO	

Nota: SI LA RESPUESTA ES NO, SIGA CON LA PREGUNTA N: 6

5.- ¿Cada que tiempo lleva su can al veterinario?

Tres meses	
Seis meses	
Anual	

6.- ¿Qué razones le impiden llevarlo al veterinario?

Falta de tiempo	
No hay buenos precios.	
No hay un veterinario cerca de su domicilio.	
Descuido	

7.- ¿Usted contrata servicio de peluquería y aseo para su can?

SI	
NO	

Nota: SI LA RESPUESTA ES NO, SIGA CON LA PREGUNTA N: 9

8.- ¿Cada que tiempo contrata los servicios de peluquería?

Bimensual	
Trimestral	
Semestral	

Anual	
Nunca	

9.- ¿Qué razones impiden que usted contrate un servicio de peluquería?

No hay buenos precios	
Le gusta hacerlo usted mismo	
No hay este servicio cercano	
Falta de tiempo	
Descuido	

10.- ¿Usted contrata servicios de entrenamiento para su can?

SI	
NO	

Nota: SI LA RESPUESTA ES NO, SIGA CON LA PREGUNTA N: 11

11.- ¿Qué razones han impedido que contrate un servicio de entrenamiento?

No ha encontrado un servicio cercano	
No hay buenos precios	
No lo considero necesario	

12.- ¿Usted compra comida para su can?

SI	
NO	

13.- ¿Que marca compra?

Cani	

Pedigree	
Dog Chow	
Propac	
Buen Can	
Nutra Pro	
Procan	
Pro Plan	
Mimascot	
Royal Canin	
Eukanuba	
Chunky	
Alcon	
Sport Mix	
Guerpo	
Promix	

14.- ¿Usted cuanto estaría dispuesto a invertir mensualmente en su can para mantenerlo sano, buena presencia y disciplinado?

_____.

ANEXO 6

Figura 30.Folleto sobre cómo obtener clave Municipal.

REGÍSTRESE Y UTILICE:
¡LOS SERVICIOS MUNICIPALES EN LÍNEA GRATUITAMENTE!

1. Obtención de la clave municipal
2. Pasos a seguir luego de obtener la clave
3. Recuperar la contraseña municipal

1. OBTENCIÓN DE LA CLAVE MUNICIPAL

Antes de registrarse por favor verifique que posea un correo electrónico personal, válido, vigente y al que usted pueda acceder; adicionalmente, debe tener escaneados a color y legibles, en archivos individuales, en formato JPG o JPEG no mayor a 2MB, los siguientes documentos:

Persona Natural: cédula y certificado de votación.
Persona Jurídica: cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.
Nota: Para extranjeros es necesario el pasaporte. Para personas de tercera edad y extranjeros no es necesario el certificado de votación.

Pasos para obtener la clave de acceso municipal: Pre-registro

- De clic en el enlace siguiente: https://tramites.3.guayaquil.gob.ec/S1L10004.aspx o ingrese a la página principal www.guayaquil.gob.ec, de clic sobre el Icono Servicios en línea, escoja el menú "Mi cuenta" y la opción Regístrate.
- Llene el formulario electrónico, ingrese su identificación (cédula, pasaporte o RUC) y de clic en el visto verde para validar la información.
- Lea y acepte el "Acuerdo de Responsabilidad".
- De clic sobre el botón Registrar.

Confirmar correo

Ingrese a su correo electrónico pre-registrado y de clic en el enlace especificado para validar su registro y subir la documentación escaneada.
Suba los documentos escaneados que solicita el sistema.
Persona Natural: cédula y certificado de votación.
Persona Jurídica: cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.

Nota: Para extranjeros es necesario el pasaporte. Para personas de tercera edad y extranjeros no es necesario el certificado de votación.

Recepción de usuario y clave de acceso

Una vez que complete su pre-registro, el personal de Atención Ciudadana realizará la revisión de sus datos y documentos escaneados. Por ello, si usted se pre-registra en el horario de lunes a viernes hasta las 15:00, recibirá un mail con su usuario y clave de acceso en las siguientes dos horas laborables (*) del mismo día. Caso contrario deberá esperar su mail de confirmación al siguiente día laborable. (*) 8:30 – 17:00.

2. PASOS A SEGUIR LUEGO DE OBTENER LA CLAVE

¿Después de que me envíen la clave a mi correo, qué debo hacer?

- Ingrese a su correo electrónico y revise en su Bandeja de entrada el correo de: "Bienvenida al Portal Web Municipal"
- En caso de no recibir el correo electrónico en un lapso de 15 minutos, por favor revise su bandeja de correo no deseado; si no llega, comuníquese al teléfono 2594800 Ext. 7433, escríbanos a: info@guayaquil.gob.ec o acérquese al Área de Registro Ciudadano.
- Al abrir el correo de "Bienvenida al Portal Web Municipal" encontrará 3 elementos: contraseña (provisional generada por el sistema), respuestas de seguridad y el enlace para activar su cuenta.
- De clic sobre el enlace. A continuación le aparecerá un formulario donde se solicita el Cambio de Contraseña.
- Copie y pegue del correo electrónico, el usuario y la contraseña generada por el sistema.
- Digite la Respuesta Secreta de la Pregunta Correspondiente.

Recuerde: Las preguntas y respuestas se encuentran en el mail de confirmación de registro, por lo que recomendamos no eliminarlo. Si no recuerda estos datos, debe presentarse personalmente, en el Área de Registro Ciudadano.

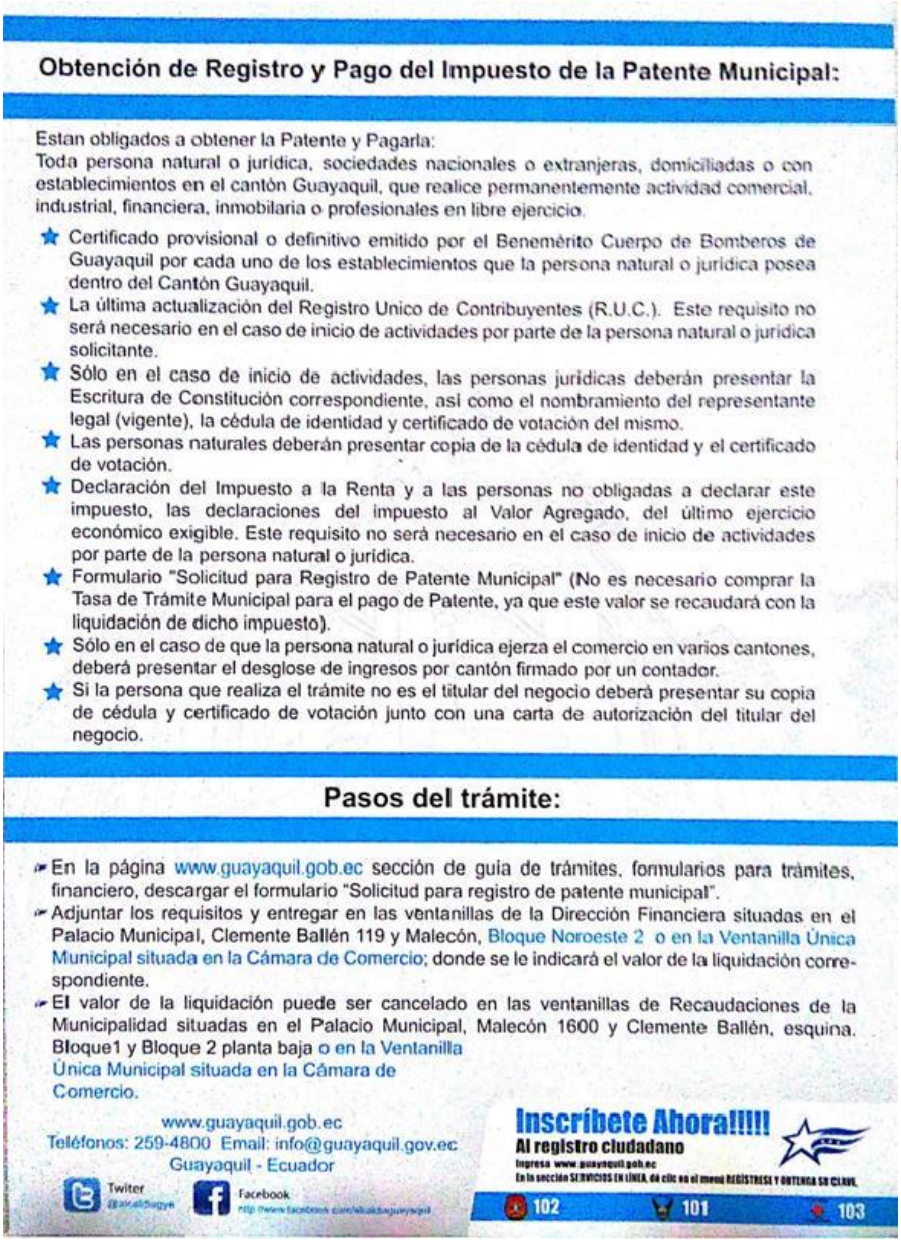
- De clic en el botón Siguiente. A continuación le aparecerá otra ventana para ingresar su contraseña definitiva.
- Ingrese una nueva contraseña. Reescriba esa misma contraseña en el campo Repetir contraseña.

Nota: La nueva contraseña debe estar compuesta de 8 caracteres. Entiéndase por caracteres: números, letras o símbolos especiales.
Recomendación: Se sugiere que su clave este compuesta únicamente de números y letras mayúsculas o minúsculas.

(Municipalidad de Guayaquil, Obtencion de la clave Municipal, 2016)

ANEXO 6

Figura 31. Folleto de obtención de Registro y Pago del Impuesto de la Patente Municipal.



Obtención de Registro y Pago del Impuesto de la Patente Municipal:

Estan obligados a obtener la Patente y Pagarla:
Toda persona natural o jurídica, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimientos en el cantón Guayaquil, que realice permanentemente actividad comercial, industrial, financiera, inmobilaria o profesionales en libre ejercicio.

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
- La última actualización del Registro Unico de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante.
- Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente), la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y el certificado de votación.
- Declaración del Impuesto a la Renta y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

Pasos del trámite:

- En la página www.guayaquil.gob.ec sección de guía de trámites, formularios para trámites, financiero, descargar el formulario "Solicitud para registro de patente municipal".
- Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera situadas en el Palacio Municipal, Clemente Ballén 119 y Malecón, Bloque Noroeste 2 o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio; donde se le indicará el valor de la liquidación correspondiente.
- El valor de la liquidación puede ser cancelado en las ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad situadas en el Palacio Municipal, Malecón 1600 y Clemente Ballén, esquina. Bloque1 y Bloque 2 planta baja o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio.

www.guayaquil.gob.ec
Teléfonos: 259-4800 Email: info@guayaquil.gov.ec
Guayaquil - Ecuador

Twiter
Facebook

Inscríbete Ahora!!!!!
Al registro ciudadano
Ingresa www.guayaquil.gob.ec
En la sección SERVICIOS EN LÍNEA, da clic en el menú REGÍSTRESE Y OBTENGA SU CLAVE.

102 101 103

(Municipalidad de Guayaquil, Obtención de Registro y Pago del Impuesto de la Patente Municipal., 2016)

ANEXO 7

Figura 32.Folleto instructivo para la obtención de la tasa de habilitación por primera vez.

SIGUIENTES REQUISITOS DEPENDIENDO DEL TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE REALICE

"Permiso Ambiental"
El Registro o Licencia Ambiental, según el caso, deberá ser presentado por aquellos establecimientos que de acuerdo al Sistema SUIA del Ministerio del Ambiente deban obtenerlo. El interesado deberá iniciar el proceso en la página WEB suia.ambiente.gob.ec y posteriormente continuar su regularización en la institución competente.

"Informe de monitoreo de ruido"
Deberá ser presentado por aquellos establecimientos que generen ruido ambiental conforme al listado publicado a través del Portal Web Municipal www.guayaquil.gob.ec. Para su obtención, el interesado deberá efectuar el correspondiente trámite en la Dirección Municipal de Medio Ambiente. Este requerimiento no aplica para aquellos establecimientos que deban presentar el Registro o la Licencia Ambiental.

"Certificado de Operador de Servicio Postal"
Sólo para aquellos establecimientos en los que se desarrollen actividades de operadoras postales tales como agencias de entrega de correspondencia y paquetes nacionales, así como servicios de transporte de carga deberán presentar el Certificado de Registro de Operador conferido por la Agencia Nacional Postal. Se obtiene en el (Edificio Vignolo, Piso 5. Oficina 502. Pedro Carbo 613 y Luque)

"Certificado de Trampa de Grasa de Interagua"
Sólo para establecimientos que vayan a ser destinados para restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, industrias, servicentros, lubricadoras, hoteles y establecimientos que tengan cocina.
Se obtiene en las Agencias de Atención al Cliente de Interagua.

"Certificado del Ministerio de Educación"
Sólo para planteles educativos públicos y privados.
Se obtiene en la Subsecretaría de Educación de Guayaquil-Distrito Zonal 8-Ed. Público del Sector Social (Ed. Makro)

"Pago de Tasa de Turismo"
Sólo para establecimientos en los que se realicen actividades turísticas.
Se obtiene en la Dirección de Turismo en el (1er. Piso del Palacio Municipal del lado de la calle 10 de Agosto).
Previo a la obtención de este documento debe de tener el Certificado del Ministerio de Turismo.

PASO 4: PAGO Y OBTENCION DE LA TASA DE HABILITACIÓN

Dependiendo de las características específicas de su Solicitud de Tasa de Habilitación puede que al culminar de ingresar los datos se presente alguna de las siguientes situaciones:

1. Su trámite puede ser aprobado de manera automática a través de la página http://www.guayaquil.gob.ec/, y de manera inmediata se generará la Impresión de Orden de Pago, posteriormente deberá efectuar el pago del mismo a través de las Cajas de Recaudación de la Dirección Financiera para la obtención de su Tasa de Habilitación.

2. Su trámite puede ser enviado para la revisión de la Jefatura de Tasa de Habilitación, generándose un número de trámite al cual deberá efectuar el correspondiente seguimiento a través de la sección de Solicitudes Realizadas de Tasa de Habilitación en el área de Servicios en Línea de la Página http://www.guayaquil.gob.ec/ de la M.I. Municipalidad de Guayaquil.

Para mayor información puede escribirnos a: habilitacion@guayaquil.gov.ec

www.guayaquil.gob.ec
Teléfonos 269-4800 Email info@guayaquil.gov.ec
Guayaquil - Ecuador

Twitter @guayaquil
Facebook

DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

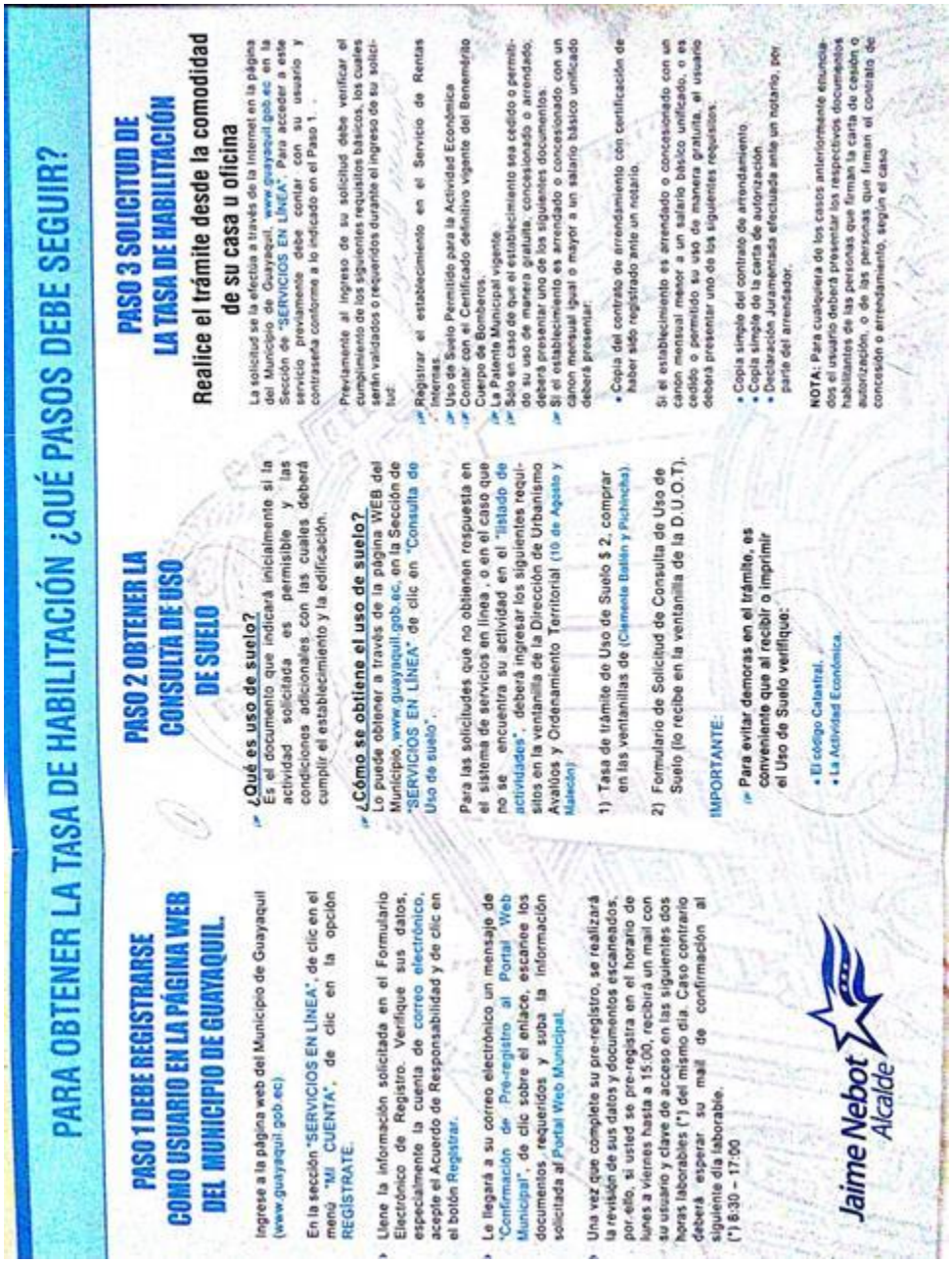
INSTRUCTIVO PARA LA OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACIÓN POR PRIMERA VEZ

Inscríbete Ahora!!!!!
Al registro ciudadano

(Municipalidad de Guayaquil, Instructivo para la obtención de la tasa de habilitación por primera vez., 2016)

ANEXO 8

Figura 33.Folleto de pasos para obtener la tasa de habilitación.



PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN ¿QUÉ PASOS DEBE SEGUIR?

PASO 1 DEBE REGISTRARSE COMO USUARIO EN LA PÁGINA WEB DEL MUNICIPIO DE GUAYAQUIL.

Ingrese a la página web del Municipio de Guayaquil (www.guayaquil.gob.ec)

En la sección "SERVICIOS EN LÍNEA", de clic en el menú "MI CUENTA", de clic en la opción REGÍSTRATE.

- Llene la información solicitada en el Formulario Electrónico de Registro. Verifique sus datos, especialmente la cuenta de correo electrónico, acepte el Acuerdo de Responsabilidad y de clic en el botón Registrar.
- Le llegará a su correo electrónico un mensaje de "Confirmación de Pre-registro al Portal Web Municipal", de clic sobre el enlace, escanee los documentos requeridos y suba la información solicitada al Portal Web Municipal.
- Una vez que complete su pre-registro, se realizará la revisión de sus datos y documentos escaneados, por ello, si usted se pre-registra en el horario de lunes a viernes hasta a 15:00, recibirá un mail con su usuario y clave de acceso en las siguientes dos horas laborables (*) del mismo día. Caso contrario deberá esperar su mail de confirmación al siguiente día laborable.
(*) 8:30 – 17:00

Jaime Nebot
Alcalde

PASO 2 OBTENER LA CONSULTA DE USO DE SUELO

¿Qué es uso de suelo?
Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el establecimiento y la edificación.

¿Cómo se obtiene el uso de suelo?
Lo puede obtener a través de la página WEB del Municipio, www.guayaquil.gob.ec, en la Sección de "SERVICIOS EN LÍNEA" de clic en "Consulta de Uso de suelo".

Para las solicitudes que no obtienen respuesta en el sistema de servicios en línea , o en el caso que no se encuentra su actividad en el "listado de actividades", deberá ingresar los siguientes requisitos en la ventanilla de la Dirección de Urbanismo Avalúos y Ordenamiento Territorial (10 de Agosto y Malecón)

1) Tasa de trámite de Uso de Suelo $ 2, comprar en las ventanillas de (Clemente Baliñ y Pichincha).

2) Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (lo recibe en la ventanilla de la D.U.O.T).

IMPORTANTE:

Para evitar demoras en el trámite, es conveniente que al recibir o imprimir el Uso de Suelo verifique:

- El código Catastral.
- La Actividad Económica.

PASO 3 SOLICITUD DE LA TASA DE HABILITACIÓN

Realice el trámite desde la comodidad de su casa u oficina

La solicitud se la efectúa a través de la Internet en la página del Municipio de Guayaquil, www.guayaquil.gob.ec en la Sección de "SERVICIOS EN LÍNEA". Para acceder a este servicio previamente debe contar con su usuario y contraseña conforme a lo indicado en el Paso 1.

Previamente al ingreso de su solicitud debe verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos básicos, los cuales serán validados o requeridos durante el ingreso de su solicitud:

- Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas.
- Uso de Suelo Permitido para la Actividad Económica
- Contar con el Certificado definitivo vigente del Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- La Patente Municipal vigente.
- Solo en caso de que el establecimiento sea cedido o permitido su uso de manera gratuita, concesionado o arrendado, deberá presentar uno de los siguientes documentos.
- Si el establecimiento es arrendado o concesionado con un canon mensual igual o mayor a un salario básico unificado deberá presentar:

- Copia del contrato de arrendamiento con certificación de haber sido registrado ante un notario.

Si el establecimiento es arrendado o concesionado con un canon mensual menor a un salario básico unificado, o es cedido o permitido su uso de manera gratuita, el usuario deberá presentar uno de los siguientes requisitos.

- Copia simple del contrato de arrendamiento.
- Copia simple de la carta de autorización.
- Declaración Juramentada efectuada ante un notario, por parte del arrendador.

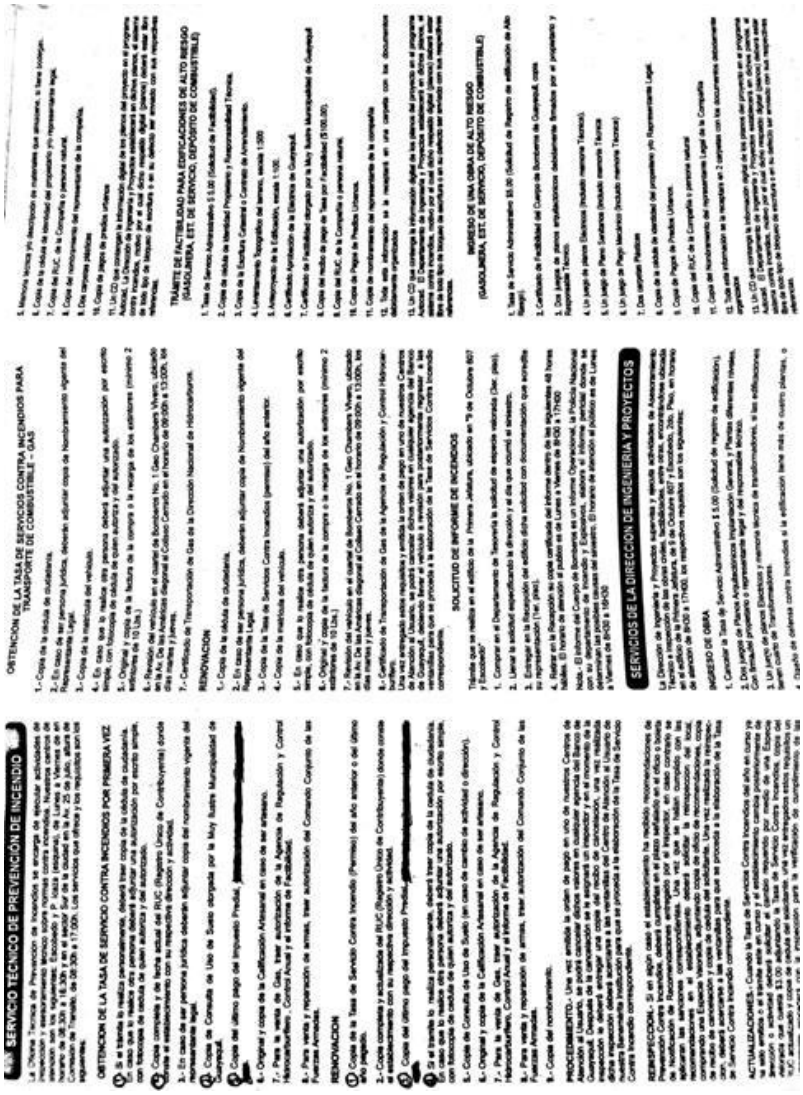
NOTA: Para cualquiera de los casos anteriormente enunciados el usuario deberá presentar los respectivos documentos habilitantes de las personas que firman la carta de cesión o autorización, o de las personas que firman el contrato de concesión o arrendamiento, según el caso

(Municipalidad de Guayaquil, Instructivo para la obtención de la tasa de habilitación por primera vez., 2016)

ANEXO 9

Figura 34. Folleto para obtención de la tasa de servicio contra incendios por primera vez.

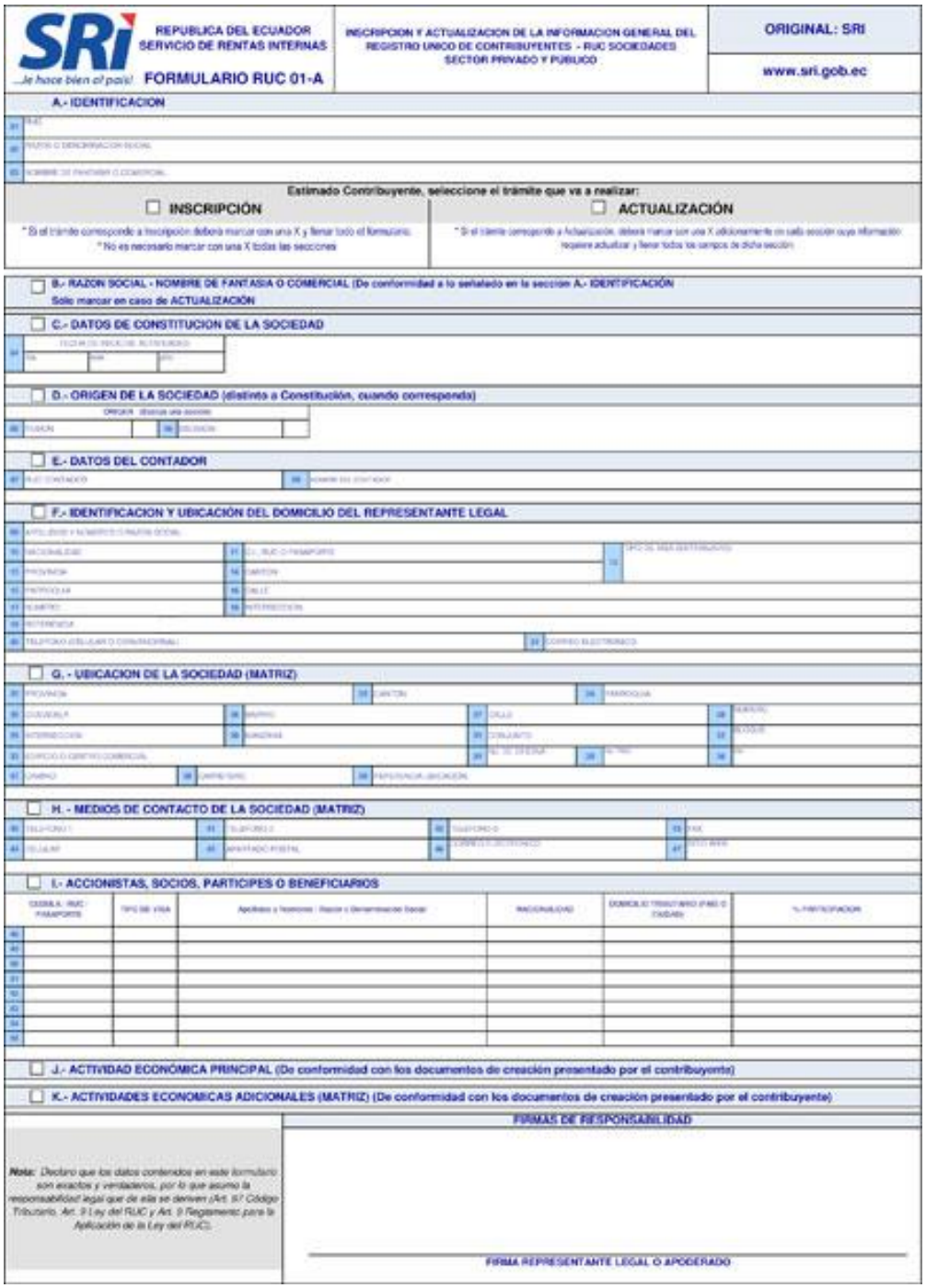
.



Fuente:(Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil, 2016)

ANEXO 10

Figura 35. Formulario del Ruc.



SRI ...le hace bien al país!

REPUBLICA DEL ECUADOR
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

FORMULARIO RUC 01-A

INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LA INFORMACION GENERAL DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO

ORIGINAL: SRI

www.sri.gob.ec

A.- IDENTIFICACION

Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:

☐ INSCRIPCIÓN

* Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario.
* No es necesario marcar con una X todas las secciones

☐ ACTUALIZACIÓN

* Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiere actualizar y llenar todos los campos de dicha sección

☐ B.- RAZON SOCIAL - NOMBRE DE FANTASIA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la seccion A.- IDENTIFICACIÓN
Solo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN

☐ C.- DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD

☐ D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)

☐ E.- DATOS DEL CONTADOR

☐ F.- IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL

☐ G. - UBICACION DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)

☐ H. - MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)

☐ I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS

☐ J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)

☐ K.- ACTIVIDADES ECONOMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 9 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Fuente: (Google, Formularo del RUC, Ecuador en Google, s.f)

ANEXO 11

Figura 36. Registro Único de Contribuyentes sociedades

SRi ...le hace bien al país!

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 172324534001.

RAZON SOCIAL: Keyna CIA. LTDA.

NOMBRE COMERCIAL: Keyna

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

REPRESENTANTE LEGAL: NATHALY PEREIRA

CONTADOR:

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 16/12/2013 **FEC. CONSTITUCION:** 10/12/13

FEC. INSCRIPCION: 10/12/2013 **FECHA DE ACTUALIZACIÓN:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES COMERCIALES DE ELABORACIÒN DE PRENDAS DE VESTIR

PROVINCIA: PICHINCHA
VOZANDES N13225 Y AV. AMERICA

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* ANEXO ACCIONISTAS, PARTÍCIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA_SOCIEDADES
* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

 # DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS **CERRADOS:** 0

SRi Se verifica que los documentos de identidad y certificado de votación originales presentados, pertenecen al contribuyente.
25 NOV 2013
Firma del Servidor Responsable
Usuario: Agencia:

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: CAGC171207 **Lugar de emisión:** CUENCA/AV. REMIGIO **Fecha y hora:** 24/04/2013 11:45:55

Página 1 de 2

SRi.gob.ec

Fuente: (Google, Ruc, Ecuador en Google, s.f)

ANEXO 11

Figura 37. Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil.

BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL

FUNDADO EN 1835
DECLARADO BENEMÉRITO POR EL H. CONGRESO DE 1930

Oficio No. 0216-ED-OTPI-BCBG-2013

Guayaquil, 13 de Febrero de 2013

Señor
Manuel Cavagnaro R.
ADMINISTRADOR
EDIFICIO "WORLD TRADE CENTER"
Av. Francisco de Orellana, manzana 11
Ciudad.-

Benemérito Cuerpo de Bomberos DE GUAYAQUIL DEPARTAMENTO LEGAL O.T.P.I.

De mi consideración:

En atención al Control de Comunicaciones No. 53157, con Especie Valorada No. 84924 y de acuerdo al informe de fecha 07 de Febrero de 2013, en el cual se establecen las conclusiones de la reinspección realizada a las instalaciones del EDIFICIO "WORLD TRADE CENTER", ubicado en las calles Av. Francisco de Orellana, manzana 11, por un funcionario de la Oficina Técnica de Prevención de Incendios (O.T.P.I.), debo manifestar que la edificación en mención ***"SI CUMPLE"*** *con la totalidad de las medidas de seguridad contra incendios contenidas en el Oficio No. 589-ED-OTPI-BCBG-2012 del 15 de Agosto de 2012.*

Particular que pongo a su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,
ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA

Mayor Santiago Peña Moreira
DIRECTOR DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

SPM/GPO/JCM/MYA

ARCHIVO: *Edificios*

Av. 9 de Octubre No. 607 • Telfs.: 2320575 - 2325577 • Fax: 2533571 • Casilla: 09-01-621

Fuente: (Google, Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil, s.f)

ANEXO 12

Figura 38. Fotos de las encuestas realizadas en el sector del norte en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales al norte de la ciudad de Guayaquil.

Fuente: (Lopez)

Fuente: (Lopez)

Bibliografía

Almeida, V. (15 de Noviembre de 2011). *Base de Datos – Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de INEC (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos): http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/

Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos* (4 ed.). Mexico, D.F.: McGraw-Hill/Interamerica Editores, S.A de C.V.

Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Septima ed.). Mexico, D. F.: McGraw-Hill.

Basantes, M. (22 de 06 de 2014). *T-UCSG-PRE-ECO-GES-100 TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DELTITULO DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNAACIONAL*. Obtenido de Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil: http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1959/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-100.pdf

Best, J. (2007). *Marketing estratégico.* Madrid: Pearson/ Prentice Hall.

Bravo, M. (22 de 06 de 2014). *T-UCSG-PRE-ECO-GES-100 TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DELTITULO DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNAACIONAL*. Obtenido de Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil: http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1959/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-100.pdf

Carlos Zuñiga, J. (s.f.). *Dirección de Registro Insumos Pecuarios*. Obtenido de Agrocalidad/Agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del Agro: http://www.agrocalidad.gob.ec/registro-de-insumos-pecuarios/

Chacha , L. (12 de 01 de 2015). *OK%20TESIS%20LOURDE%20GUAMAN%20CHACHA%20LISTO%20PARA%20SUSTENTAR PROYECTO DE INVESTIGACION*. Obtenido de Institucional de la Universidad de Guayaquil: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7580/1/OK%20TESIS%20LOURDE%20GUAMAN%20CHACHA%20LISTO%20PARA%20SUSTENTAR.pdf

CRUZ, K. G. (03 de 12 de 2013). *CREACIÓN%20DE%20MICROEMPRESA%20DE%20SERVICIOS%20PARA%20CANINOS%20DIRIGIDOS%20A%20TURISTAS%20EN%20EL%20CANTÓN%20LA%20LIBERTAD,%20%20PROVINCIA%20DE%20S TRABAJO DE TITULACION*. Obtenido de Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena: http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1249/1/CREACI%C3%93N%20DE%20MICROEMPRESA%20DE%20SERVICIOS%20PARA%20CANINOS%20DIRIGIDOS%20A%20TURISTAS%20EN%20EL%20CANT%C3%93N%20LA%20LIBERTAD,%20%20PROVINCIA%20DE%20S.pdf

Flóres, J. (2012). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Transversal 42 No. 4 B-83.

Galindo R., C. J. (2011). *Capitulo 1. Marco Teorico: Historico, referencial y conceptual*. Bogota: Transv.42 # 4 B-83. Recuperado el Agosto de 2016

Galindo, R. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio*. Bogota: Ediciones de la U Transv.42 # 4 B-83. Recuperado el Septiembre de 2016

Gispert, C., & Gay, J. (1996). *Oceano uno color*. Barcelona: MCMXCVI OCEANO GRUPO EDITORIAL,S.A.

Google. (s.f). *Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil*. Obtenido de https://www.google.com.ec/search?q=benemerito+cuerpo+de+bomberos+en+guayaquil&biw=1242&bih=606&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi5s6HivY_PAhVDbT4KHRTxALEQ_AUIBygC#imgrc=NCdHJdmqvhoVsM%3A

Google. (s.f). *Formularo del RUC, Ecuador en Google*. Obtenido de http://www.elmercurio.com.ec/wp-content/uploads/2013/09/1-6b.jpg

Google. (s.f). *Mapa de Guayaquil, Ecuador en Google maps*. Obtenido de https://www.google.com.ec/maps/@-2.0589971,-79.9097167,14z

Google. (s.f). *Ruc, Ecuador en Google*. Obtenido de http://2.bp.blogspot.com/-I-Q4lGjwgA4/Uth4aY2F-LI/AAAAAAAAAKM/T7Wwe8CNdVY/s1600/sri.jpg

Guamán, L. (12 de 01 de 2015). *OK%20TESIS%20LOURDE%20GUAMAN%20CHACHA%20LISTO%20PARA%20SUSTENTAR PROYECTO DE INVESTIGACION*. Obtenido de Institucional de la

Universidad de Guayaquil: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7580/1/OK%20TESIS%20LOURDE%20GUAMAN%20CHACHA%20LISTO%20PARA%20SUSTENTAR.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación.* México D.F.: McGRAW-HILL.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico D.F: Mc Graw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación* (Segunda ed.). México, D. F.: McGRAW-HILL.

Inec: Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas. (3 de Mayo de 2013). Obtenido de lahora: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101501635/-1/Inec%3A_Tama%C3%B1o_promedio_del_hogar_ecuatoriano_es_de_3.9_personas.html#.WCyslvl97IU

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing.* Mexico: Pearson.

Lawrence, G., & Chad, Z. (2012). *Principios de administración financiera* (Decima Segunda Edicion ed.). Mexico D.F: Perarson.

Lopez Montece, K. (16 de OCTUBRE de 2016). *FICHA DE REQUISITOS SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.* Obtenido de SRI: file:///C:/Users/katherine/Downloads/RUC-FICHA%20REQUISITOS%20IDENTIFICACI%C3%93N%20Y%20UBICACI%C3%93N.pdf

MOROCHO, S. I. (02 de 12 de 2010). *1585_2010_CEE_SSAMANIEGO_01 TRABAJO DE INVESTIGACION QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA EL TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTACION DE EMPRESA CON MENCION EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.* Obtenido de Universidad ecotec: http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_grado/1585_2010_CEE_SSAMANIEGO_01.pdf

O.C. Ferrell, M. D. (2012). *Estrategia-de-Marketing.* D.F.Mexico: Compañia de cengage learning. Obtenido de

file:///G:/libros%20de%20administración%20y%20Metodología%20para%20tesis/Estrategia-de-Marketing.pdf

Salinas S, J., Gándara M, J., & Alonso S, A. (2012). *Empresa e iniciativa emprendedora.* Madrid: McGraw-Hill/Interamerciana de España, S.L. Obtenido de file:///G:/libros%20de%20administración%20y%20Metodología%20para%20tesis/Empresa%20e%20iniciativa%20emprendedora%20McGraw-Hill%202013.pdf

Samaniego M, S. (02 de 12 de 2010). *1585_2010_CEE_SSAMANIEGO_01 TRABAJO DE INVESTIGACION QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA EL TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTACION DE EMPRESA CON MENCION EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.* Obtenido de Universidad ecotec: http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_grado/1585_2010_CEE_SSAMANIEGO_01.pdf

Stephen, R., & Coulter, M. (2010). *Administración.* Mexico: Pearson.

Uribe, J. A. (2012). Plan de negocio para pequeñas empresas. En J. A. Uribe, *Plan de negocio para pequeñas empresas* (págs. 98- 99). Bogotá: Transversal 42 No. 4 B-83.

Weinberger, K. (06 de 2009). *portaldoc204_3.pdf?deabb46c839de113c6d8480121a62efa Plan de Negocios.* Obtenido de Consejo Hondureño de la Empresa Privada.: http://www.cohep.com/contenido/biblioteca/portaldoc204_3.pdf?deabb46c839de113c6d8480121a62efa