



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL**

Tesis de grado, previa la obtención del  
Título de Ingeniero en Gestión  
Empresarial.

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
AMAESTRAMIENTO Y DOMESTICACIÓN PARA MASCOTAS EN EL  
CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”

**AUTOR:**

EGDO. ALAN PAUL PLAZA BARONA

**DIRECTOR:**

EC. ROGER YELA BURGOS M.SC.

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2014**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **ALAN PAUL PLAZA BARONA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**EGDO. ALAN PAUL PLAZA BARONA**

## CERTIFICACIÓN

El suscrito, **Eco. ROGER YELA BURGOS M.Sc**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **ALAN PAUL PLAZA BARONA**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE AMAESTRAMIENTO Y DOMESTICACIÓN PARA MASCOTAS EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**EC. ROGER YELA BURGOS M.SC.**  
**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE AMAESTRAMIENTO Y DOMESTICACIÓN PARA MASCOTAS EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial

Aprobado:

---

**LIC. RAFAEL PINTO COTTO M.Sc.**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

**ING. WASHINGTON CARREÑO R. M.Sc.**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

**ING. ELSYE COBO LITARDO M.Sc**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

**QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**2014**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios, quien me ha permitido tener vida y así poder culminar con esta meta.

A mis padres por el enorme sacrificio que han hecho al hacer realidad este sueño ya que sin ellos no hubiera sido posible.

A mis hermanos y demás familiares que de alguna manera han sido fundamentales para mí.

A cada uno de los profesores por transmitirme sus conocimientos a lo largo de estos años y con estos ha sido posible este proyecto.

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento.

A mis padres Ab. Edissón Plaza León y Sra. Guillermina Barona Mindiola quienes han velado por mí y con su ejemplo me han motivado a seguir adelante y me han brindado su apoyo incondicional.

A mis hermanos quienes me han aconsejado en aquellos momentos duros y a mis amigos más cercanos con los que pase momentos de alegrías y tristezas.

## INDICE

CARATULA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	vi
INDICE.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
SUMMARY.....	xiv
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION).....	xv
1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. PROBLEMATIZACIÓN.....	2
1.2.1. Planteamiento.....	2
1.2.2. Formulación del problema.....	3
1.2.3. Sistematización del problema.....	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos Específicos.....	5
1.5. Hipótesis.....	6
1.5.1. Hipótesis General.....	6
1.5.2. Hipótesis específicas.....	6
2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	8
2.1.1. Domesticación.....	8
2.1.2. Adiestramiento.....	8
2.1.3. Estudio de mercado.....	9
2.1.4. Estudio Técnico.....	10
2.1.5. Objetivo del Estudio Financiero.....	13

2.1.6.	Financiamiento.....	13
2.1.7.	Evaluación Financiera.....	14
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	16
2.2.1.	Demanda.....	16
2.2.2.	Estudio técnico.....	16
2.2.3.	Estado de resultado.....	16
2.2.4.	Flujo de caja.....	17
2.2.5.	Ingeniería del proyecto.....	17
2.2.6.	Mercado.....	17
2.2.7.	Oferta.....	17
2.2.8.	Política de precio.....	18
2.2.9.	Tasa interna de retorno.....	18
2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	19
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
3.1.	Localización.....	21
3.2.	Métodos de la investigación.....	22
3.2.1.	Método inductivo – deductivo.....	22
3.2.2.	Método histórico – lógico.....	22
3.2.3.	Método analítico - sintético.....	23
3.2.4.	Método sistémico.....	23
3.3.	Tipos de investigación.....	23
3.3.1.	Investigación teórica.....	23
3.3.2.	Investigación de Campo.....	23
3.4.	Técnicas de recolección de información.....	23
3.5.	Técnicas de análisis de la información.....	24
3.6.	Diseño del instrumento de investigación.....	24
3.6.1.	Encuesta.....	24
3.7.	Población.....	25
4.1.	Estudio de Mercado.....	27
4.2.	ESTUDIO TÉCNICO.....	41
4.2.1.	Determinación del tamaño del proyecto.....	41
4.2.2.	Factores condicionantes del tamaño del proyecto.....	41
4.2.3.	Localización del proyecto.....	42

4.2.4.	Mano de obra .....	42
4.2.5.	Fuentes de aprovisionamiento .....	42
4.2.6.	Disponibilidad y costos de Terrenos.....	43
4.2.7.	Ingeniería del Proyecto .....	43
4.2.8.	SERVICIO DE TRANSPORTE .....	43
4.2.9.	Definición del proceso de producción de cada servicio.....	43
4.2.10.	Distribución de la planta .....	43
4.2.11.	Sala de espera .....	44
4.2.12.	Recepción .....	44
4.2.13.	Área de estancia de las mascotas.....	44
4.2.14.	Servicios higiénicos.....	44
4.2.15.	Requerimientos de activos fijos.....	44
4.2.16.	Requerimiento de Recursos Humanos.....	47
4.2.17.	Recursos Humanos.....	47
4.2.18.	Obras Civiles .....	47
4.2.19.	Análisis Ambiental .....	47
4.3.	ESTUDIO ECONÓMICO y FINANCIERO. ....	48
4.3.1.	Inversión.....	48
4.3.2.	Depreciación .....	49
4.3.3.	Inversión del Proyecto.....	49
4.3.4.	Financiamiento del Proyecto .....	49
4.3.5.	Tasa de Interés del Banco de Guayaquil .....	50
4.3.6.	Plazo y Cuotas Mensuales.....	50
4.3.7.	Gasto Administrativos .....	50
4.3.8.	Gasto Generales .....	51
4.3.9.	Gasto de Ventas.....	51
4.3.10.	Años proyectados y Puntos de equilibrios.....	52
4.3.11.	Detalle de los Costos de Ventas .....	57
4.3.12.	Presupuesto de ventas.....	58
4.3.13.	Mercado Meta Mensual.....	58
4.3.14.	Estado de Resultado .....	59
4.3.15.	Índices Financiero .....	59
4.3.16.	Tasa de Descuento .....	59

4.3.17. Tasa de Rendimiento .....	60
4.3.18. VAN y TIR .....	61
4.3.19. Flujo de Caja Proyectado .....	61
4.3.20. Balance General.....	62

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N.- Inversión de activos.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Depreciación.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Inversión del Proyecto .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Financiamiento del Proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Tasa de Interés.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Plazo y Cuotas Mensuales.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Gasto Administrativos.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Gasto Generales .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Gasto de Ventas.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Años proyectados y Puntos de equilibrios..	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Detalle de Costos de Ventas.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Presupuesto de ventas .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Mercado Meta Mensual .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Estado de Resultado.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Índices Financiero .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Tasa de Descuento.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Tasa de Descuento.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- VAN y TIR .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Flujo de Caja Proyectado .....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N.- Balance General.....	¡Error! Marcador no definido.

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico N.- Punto de equilibrio primer año .....	52
Grafico N.- Punto de equilibrio para el segundo año .....	54
Grafico N.- Punto de equilibrio para el cuarto año .....	55
Grafico N.- Punto de equilibrio para el quinto año .....	56

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de amaestramiento y domesticación para mascotas en el cantón Quevedo se comprendió la recolección de información de fuentes secundarias sustentadas teóricamente; posteriormente se analiza el estudio de mercado para determinar la necesidad insatisfecha sobre este servicio, de igual manera se conoció que no existe este tipo de emprendimiento en la ciudad de Quevedo ; con el análisis del estudio técnico se logró ubicar de manera estratégica EL lugar donde se establecerá el local, además se estableció la estructura organizacional acorde a la necesidad existente

Inmediatamente se realiza el estudio económico a través de técnicas económicas – financiero, arrojando resultados positivos: VAN de 11.689 TIR 24.98%, relación costo beneficio \$1.26 recuperación de capital 3 años

## SUMMARY

This "Feasibility Study for the creation of a master key and domesticated pet in the canton Quevedo collecting information from secondary sources supported theoretically understood; then the market study is analyzed to determine the unmet need for this service, just as it was learned that there is no such venture in the city of Quevedo; with the analysis of the technical study is able to locate strategically THE place where the local is set, also the organizational structure was established according to the existing need

Immediately the economic study was done through economic techniques - financial, yielding positive results: 11,689 IRR NPV 24.98%, cost-benefit ratio capital recovery \$ 1.26 3 years

## DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION)

1	Titulo/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE AMAESTRAMIENTO Y DOMESTICACIÓN PARA MASCOTAS EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”
2	Creador/Creator	M	ALAN PAUL PLAZA BARONA  Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón Quevedo, y se tomó como referencia a los hogares. Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Gestión empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	EC. ROGER YELA BURGOS M.SC.
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	

9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

# **1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

Las mascotas tienen un papel relevante en la sociedad, se puede decir con seguridad que no existe un lugar en el mundo en donde las familias no consideren necesarios estos animales al que consideran como un fiel amigo al que no le interesa nada más de estar en compañía de su dueño; se considera que tener una mascota en el hogar no es un adorno si no una compañía que merece el mejor de los cuidados. En el cantón Quevedo la preocupación por cuidar a las mascotas a crecido en los últimos años, tanto así que se los alimentas con productos importados, elaborados a base de materia prima y de calidad y tecnología de punta, utilizan además las ultimas modas en vestimentas y peluquería tratamiento. Existen personas que invierten altas cifras en su cuidado y conservación; por lo tanto, dicha actividad se convierte en una idea de negocio, para esta nueva industria de productos y servicios. Estos cambios de conducta en la población, plantea la exigencia de un manejo especializado e intensivo, a través de las unidades de producción, tiendas, veterinarias, y comisariatos que proveen y comercializan productos y servicios para mascotas.

## **1.2. PROBLEMATIZACIÓN**

### **1.2.1. Planteamiento**

En la actualidad el amaestramiento y la domesticación para las mascotas presentan problemas para los dueños que no tienen tiempos necesarios para su cuidado por lo que es muy común que los propietarios acudan a los centros de atención veterinaria; muchas personas no acuden a estos centros por la desconfianza que tienen en dejarlos en manos de desconocidos, y costos elevados. En el Cantón Quevedo no hay un centro de cuidado especializado en amaestramientos y domesticación para mascotas lo cual crea la oportunidad, y las alternativas para facilitar a los dueños el tratamiento de sus mascotas.

#### **1.2.1.1. Diagnóstico**

##### **➤ Causas**

Carencia de un SPA Centro especializado en servicios de: Amaestramiento y domesticación para mascotas en la ciudad de Quevedo.

Escasa inversión y competencia en servicios para el cuidado, y relajación de mascotas en la ciudad de Quevedo.

Insuficiente información y poco conocimiento sobre el cuidado, y relajación de mascotas.

##### **➤ Efecto**

Limitado acceso a servicios especializados en cuidados, y relajamiento para mascotas.

Aumento de desórdenes que generan estrés en las mascotas.

Tratamientos empíricos que provocan incertidumbre en los propietarios de las mascotas.

#### **1.2.1.2. Pronóstico**

Estrés y desmejoramiento de la condición de salud de las mascotas.

#### **1.2.1.3. Control del pronóstico**

Cuidados y estimulación para mascotas, a través de un Centro especializado.

### **1.2.2. Formulación del problema**

¿Cómo la falta de un análisis de factibilidad para la creación de un Centro de amaestramiento y domesticación para perros y gatos en el Cantón Quevedo incidirá en el ambiente familiar?

### **1.2.3. Sistematización del problema.**

- ¿De qué manera un estudio de mercado permitirá determinar la aceptación sobre la creación de un centro de cuidados y estimulación para mascotas en el Cantón Quevedo?
- ¿Cuáles son los elementos de un Estudio de Factibilidad para determinar la viabilidad del proyecto de creación de un Centro de cuidados y relajación para mascotas?
- ¿Cuál es el valor actual neto y la tasa interna de retorno, para establecer la rentabilidad del proyecto para la Creación de un Centro de cuidados y estimulación para mascotas en el cantón Quevedo.

### **1.3. Justificación**

Los propietarios de mascotas gastan dinero en el cuidado de sus animales. La diversidad de razas, y sus comportamientos justifican el desarrollo de la presente investigación, lo cual facilitará la tarea de manera especializada y preventiva, a los propietarios de mascotas.

El constante contacto de los perros y gatos de las personas es el motivo importante para mantenerlos amaestrados y domesticado y de esta forma poder disfrutar de la compañía de los mismos y evitar cualquier accidente que pueda producirse por la agresividad de estos animales especialmente de los niños.

El estere es otro problema que surge por cuanto las mascotas no tienen un espacio para jugar, frecuentemente sucede casos en ciertas razas de perros han ocasionado daños a personas llegando al extremo de sacrificar a estos animales; la falta de un centro de amaestramiento y domesticación de mascotas en el cantón Quevedo justifica la inversión en este proyecto.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General.**

Estudiar la factibilidad para la creación de un centro de amaestramiento y domesticación para mascotas en el cantón Quevedo en el año 2014.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Efectuar un estudio de mercado Identificando las necesidades de las familias sobre el cuidados de sus animales en el cantón Quevedo
- Identificar por medio de un estudio técnico el proceso operativo de la empresa.
- Determinar la inversión, fuentes de financiamiento, e impacto ambiental para poner en marcha el proyecto.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis General**

Un estudio de factibilidad determinará la viabilidad y rentabilidad para la creación de un Centro de Cuidados para mascotas en el Cantón Quevedo.

### **1.5.2. Hipótesis específicas**

- El estudio de mercado, permitirá identificar las necesidades del cuidado de mascotas en el cantón Quevedo.
- El estudio técnico – comercial, permitirá establecer el proceso de atención efectivo que se dará a las mascotas.
- El estudio económico- financiero, permitirá tomar la decisión de invertir en este tipo de empresa.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEORICA**

#### **2.1.1. Domesticación**

*es.wikipedia.org/wiki/Domesticación*, analiza que domesticación es el proceso por el cual una población de una determinada especie animal o vegetal pierde, adquiere o desarrolla ciertos caracteres morfológicos, fisiológicos o de comportamiento, los cuales son heredables y, además, son el resultado de una interacción prolongada y de una selección artificial por parte del ser humano. Su finalidad es obtener determinados beneficios de dichas modificaciones.

#### **2.1.2. Adiestramiento**

La palabra adiestramiento hace referencia a la acción y efecto de adiestrar. Este verbo, a su vez, se refiere a hacer diestro, enseñar e instruir. También, tal como menciona el diccionario de la Real Academia Española (RAE), la palabra puede ser sinónima de guiar y encaminar, en especial a una persona ciega. Adiestramiento De todas formas, el uso más usual del concepto de adiestramiento está relacionado el acto de amaestrar y domar a un animal.

El adiestramiento canino, practicado por millones de personas en todo el mundo aunque no lo hagan en forma sistemática, es el proceso mediante el cual una persona logra que un perro aprenda y adquiera destreza en algo.

### **2.1.3. Estudio de mercado**

(Florez, 2012, pág. 97) es el punto de iniciación de un proyecto, el cual identificará quiénes son los posibles compradores de lo que se va a producir a un precio accesible al mercado se inicia por tanto, el estudio de mercado, proponiendo temas de investigación del mismo, definiendo las estrategias sobre cómo lo va a comercializar, valiéndose de herramientas técnicas que permitan identificar y cuantificar el mercado, el medio a utilizar para definir el precio del producto, como se hará llegar el producto al consumidor final, que tipo de publicidad y promoción es la más conveniente para el proyecto y cómo se comercializara los bienes o servicios a ofrecer.

#### **2.1.3.1. Concepto de producto**

(Lucio, 2010, pág. 48) Indica que, el producto es una variable estratégica que va a determinar el resto de las políticas de marketing de la empresa, ya que en base a éste se va a fijar un precio, unos canales de distribución, una estrategia comercial para impulsar su venta, etc.

#### **2.1.3.2. Demanda**

(Miranda, 2012, pág. 112) Manifiesta que, los proyectos generadores de ingresos monetarios, tal como la habíamos anotado, suponen la estimación de cantidades que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios.

#### **2.1.3.3. Oferta**

(Miranda, 2012, pág. 126) Indica que, la oferta se puede concebir como la actual capacidad disponible por organizaciones públicas o privadas que ejercen por delegación o contrato funciones públicas (como las cámaras de comercio), para entregar a la comunidad en condiciones de calidad aceptable, un determinado bien o servicio.

#### **2.1.3.4. Precio**

(Flor, 2012, pág. 56) Expresa que, el precio es la equivalencia monetaria del valor de los consumidores asignan a un producto o servicio.

#### **2.1.3.5. Concepto y funciones de distribución**

(Lucio, 2010, pág. 90) Cita que, la distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo; es decir, el instrumento que transfiere los productos/servicios desde los fabricantes al consumidor o cliente final. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor final o comprador industrial, con los servicios requeridos, en la cantidad, lugar, y momento en que lo demande.

Además las funciones de la distribución son:

- Transportar
- Diversificar
- Fraccionar
- Almacenar
- Servicios
- Financiación

#### **2.1.4. Estudio Técnico**

(Meza, 2010, pág. 23) Indica que, con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.

##### **2.1.4.1. Localización**

(Miranda, 2012, pág. 155) Cita que, el estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se

ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macrolocalización), hasta identificar una zona urbana o rural (microlocalización), para finalmente determinar un sitio preciso.

#### **2.1.4.2. Tamaño**

(Miranda, 2012, pág. 151) Explica que, el tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

#### **2.1.4.3. Ingeniería del Proyecto**

(Miranda, 2012, pág. 167) Deduce que, el estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

#### **2.1.4.4. Análisis de Género**

El objetivo es establecer las bases para la elaboración de propuestas orientadas a mejorar el acceso de las mujeres a los recursos productivos y a las empresas del sector industrial, así como corregir los sesgos de género que se identifiquen al analizar los procesos de producción y las políticas sobre la materia.

Se procura de este modo articular los argumentos en que se basan las políticas tendientes a fomentar el desarrollo productivo, con el objetivo de "proponer medidas, que desde las políticas de desarrollo productivo contribuyan a la

equidad entre mujeres y hombres", planteado por la Unidad Mujer y Desarrollo de la CEPAL a través del proyecto "Desarrollo Productivo y equidad de género en América Latina y el Caribe".<sup>1</sup>

El género es el criterio más utilizado universalmente para clasificar a las personas; en todas las sociedades, la división más primaria es la que se hace entre los roles que corresponden a las mujeres y los que corresponden a los hombres. Tal diferenciación comienza en la actividad procreadora (son las mujeres las que paren y amamantan a las criaturas) y se extiende al resto de las actividades siguiendo una lógica como ésta: las mujeres paren y, por tanto, ellas se especializan en cuidar a las criaturas; por tanto, lo femenino es lo maternal y lo doméstico, contrapuesto a lo masculino, que es lo público.

A partir de estas clasificaciones, los roles de las mujeres y de los hombres son tipificados simbólicamente como expresiones de la feminidad y la masculinidad, y normativizados hasta convertirse en rígidos estereotipos que limitan las potencialidades de las personas, al estimular o reprimir los comportamientos en función de su adecuación al ideal femenino o masculino. A pesar de que, en su desarrollo individual, cada persona se adecua en mayor o menor medida al conjunto de expectativas y comportamientos considerados propios de su género, los roles de género están tan hondamente arraigados que llegan a ser considerados como la expresión de los fundamentos biológicos del género.<sup>2</sup>

#### **2.1.4.5. Impacto Ambiental**

(Morales, 2009, pág. 137) Afirma que "el impacto ambiental, que puede ser negativo o positivo, es causado por fenómenos naturales y la actividad humana. Por lo general, es el efecto provocado en los ecosistemas, que afectan su funcionamiento y la interacción de los seres vivos con su medio ambiente."

---

<sup>1</sup> <http://www.eclac.org>

<sup>2</sup> <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/115>

### **2.1.5. Objetivo del Estudio Financiero**

Dice que, el propósito de esta actividad consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, nivel de inventario requeridos, capital del trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivos que producirá el proyecto. Todas estas tareas se realizan de acuerdo con el diseño del sistema de producción y organización que proponen los estudios de producción y de administración del proyecto, para evaluar la rentabilidad financiera del proyecto. (Morales, 2009, pág. 164).

#### **2.1.5.1.1. Inversión Fija**

(Cordoba, 2013, pág. 191) Menciona que” Los activos tangibles están referidos al terreno, maquinarias, equipos, mobiliarios, vehículos herramientas etc.”

#### **2.1.5.1.2. Inversión Diferida**

(Cordoba, 2013, pág. 192) expresa que “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedades de la empresa, necesario para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencias técnicas, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa etc. “

### **2.1.6. Financiamiento**

(Cordoba, 2013, pág. 216) Manifiesta que” la decisión acerca de llevar a cabo o no el proyecto es la primera que debe tomar la entidad que lo impulsa. Si en la evaluación el mismo resulta conveniente, surge una segunda decisión: financiamiento.”

### **2.1.6.1. Ingresos Por Ventas Netas**

(Morales, 2009, pág. 164) Describe que “comprende el importe generado por ventas totales menos las devoluciones y descuentos, de lo que resulta el importe de venta netas. Para efectos de presentación es posible desglosar las ventas en nacionales y de exportación o de productos principales y secundarios.”

### **2.1.6.2. Balance General**

(Garcia, 2011, pág. 117) menciona que ” El Balance General o Estado de Situación Financiera, es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.”

### **2.1.6.3. Estado de Resultado**

(Florez, 2012, pág. 232) El estado de resultados incluye los ingresos operacionales y no operacionales, sus costos de producción, gastos operacionales y no operacionales, las provisiones para el impuesto de renta y complementarios, y como resultado de todo lo anterior, la generación de una utilidad o pérdida neta del ejercicio que se está proyectando.

### **2.1.7. Evaluación Financiera**

(Florez, 2012, pág. 269) Expresa que, en la evaluación financiera de proyectos se utiliza una serie de herramientas que permiten medir la viabilidad del proyecto en estudio. Esto quiere decir que, sin invertir recursos en un proyecto, se puede determinar, bajo las condiciones financieras en las que se plantea el plan de negocio, si es viable o no invertir en el mismo y sobre esta base, tomar decisiones de mejorarlo para llevarlo a la práctica o de archivarlo por inconveniente.

#### **2.1.7.1. Valor Presente Neto o Valor Actual Neto**

(Florez, 2012, pág. 283) Indica que, es el valor del proyecto medido en dinero de hoy. Es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto.

#### **2.1.7.2. Tasa Interna de Rendimiento (TIR)**

(Florez, 2012, pág. 283) Manifiesta que, la TIR permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocio antes de iniciar cualquier inversión. Si este llena las expectativas del inversionista, hará una realidad el plan de negocio. Si por el contrario, este no colma las expectativas financieras del inversionista, no invertirán en el plan de negocio.

#### **2.1.7.3. Razón Beneficio Costos (RBC)**

(Cordoba, 2013, pág. 240) Manifiesta que” La razón beneficio costos, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial.

#### **2.1.7.4. Adiestramiento canino**

Practicado por millones de personas en todo el mundo aunque no lo hagan en forma sistemática, es el proceso mediante el cual una persona logra que un perro aprenda y adquiera destreza en algo. Este adiestramiento puede llevarse a cabo para lograr la obediencia básica del perro, para conseguir buenos modales caninos o para que el animal participe en competencias deportivas.

Este tipo de adiestramiento, el canino, ha despertado gran interés en todo el mundo gracias a programas de televisión como el conocido “El encantador de perros”. Un espacio este presentado por el adiestrador Cesar Millán que ha

conseguido un gran éxito de audiencia en todos los países en los que se ha emitido.

#### **2.1.7.5. Domesticación**

Es el proceso por el cual una población de una determinada especie animal o vegetal pierde, adquiere o desarrolla ciertos caracteres morfológicos, fisiológicos o de comportamiento, los cuales son heredables y, además, son el resultado de una interacción prolongada y de una selección artificial por parte del ser humano. Su finalidad es obtener determinados beneficios de dichas modificaciones.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

### **2.2.1. Demanda**

(Cordoba, 2013, pág. 62) La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores, en un momento determinado.

### **2.2.2. Estudio técnico**

(Florez, 2012, pág. 179) Deduce que, en el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio, utilizando los recursos que se dispongan.

### **2.2.3. Estado de resultado**

(Baca, 2010, pág. 150) Manifiesta que, estado de resultados calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.

#### **2.2.4. Flujo de caja**

(Cordoba, 2013, pág. 210) interpreta que, el flujo de caja reviste gran importancia en la evaluación de un proyecto, por lo tanto se debe dedicar la mayor atención en su elaboración. Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero.

#### **2.2.5. Ingeniería del proyecto**

(Florez, 2012, pág. 194) El estudio de ingeniería en los proyectos es la incorporación de conocimientos de naturaleza científica y técnica, que permita determinar el proceso de producción más ajustado a los recursos disponibles escogidos en la fabricación de un determinado producto.

#### **2.2.6. Mercado**

Menciona que” la palabra mercado tiene varios significado. Por ejemplo, hay quien considera que es la acción de transportar y ofrecer artículos en una tienda para que estén disponibles cuando lo deseen los consumidores; otros señalan que el mercado se muestra cuando el consumidor sale a recorrer tiendas y efectúa compras; también se considera que es el área geográfica donde concurre compradores y vendedores, o la relación que guardan entre si la oferta y la demanda de un producto determinado. (Morales, 2009, pág. 44)

#### **2.2.7. Oferta**

(Sapag, 2008, pág. 55) Cita que, el término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

### **2.2.8. Política de precio**

(Lucio, 2010, pág. 68) Indica que, podemos definir el precio como la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto/servicio, y que, traducido a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor atendiendo a la capacidad que posee para satisfacer sus necesidades.

### **2.2.9. Tasa interna de retorno**

(Florez, 2012, pág. 283) Relata que, "la (TIR) permite calcular el rendimiento esperados del plan de negocios antes de iniciar cualquier inversión."

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Para constituir una empresa se necesita llevar a cabo diversos pasos:

1. Realizar en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías el nombre de la empresa.
2. Se deberá elaborar un contrato social en el cual reirá a la sociedad esto se valida a través de una minuta firmada por un abogado.
3. Se tendrá que abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco del país con un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y \$ 800 para compañía anónima, una vez realizada se debe solicitar el certificado de cuentas de integración de capital.
4. Acudir donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta de los estatutos.
5. Se deberá obtener los permisos municipales, debiendo pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.
6. Con todos los documentos inscribir la empresa al registro mercantil.
7. Obtener el RUC a través del Servicio de Rentas Internas (SRI) presentando los siguientes requisitos:
  - El formulario correspondiente debidamente lleno
  - Original y copia de escritura de constitución
  - Original y copia de los nombramientos
  - Copia de cédula y papeleta de votación de los socios

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Localización**

La presente investigación se realizará en la Ciudad de Quevedo, de la Provincia de los Ríos.

El cantón Quevedo se halla situado en un hermoso lugar conocido con el nombre de “Las Lomas” y por su posición geográfica, es punto de confluencia de las carreteras de mayor importancia de la red nacional de comunicaciones interurbanas. Es punto intermedio de comunicación entre sierra y costa y entre los dos centros urbanos más importantes: Quito capital de la República y Guayaquil primer puerto del Ecuador.

Actualmente se encuentra dividido en nueve parroquias urbanas como son: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, 7 de Octubre, 24 de Mayo, Viva Alfaro; y dos parroquias rurales: San Carlos y la Esperanza.

Se cultiva principalmente cacao, arroz, tabaco, café, algodón, caña de azúcar y también de ciclo corto como: la soya, maíz, fréjol, etc. En cuanto a la ganadería la de mayor rendimiento es el porcino.

Quevedo es uno de los cantones más progresistas de la provincia de Los Ríos y ocupa destacada posición entre todos los de la República.

## PROVINCIA DE LOS RIOS



### 3.2. Métodos de la investigación

#### 3.2.1. Método inductivo – deductivo

Este método permite evaluar aspectos y variables en forma particular, para luego inferir en los resultados, en el caso del proyecto sobre la creación de un Centro de Amaestramiento y Domesticación de mascotas en el Cantón Quevedo, se lo utilizó para en la problematización de la investigación, en la formulación de los objetivos general y específicos, así como también en la determinación de las hipótesis de la investigación.

#### 3.2.2. Método histórico – lógico

Cuando existes datos lógicos repetitivos, se crean patrones o datos históricos que representan una gran posibilidad de la que puede suceder en el futuro, el mismo se utilizó para obtener aspectos conceptuales, teóricos y legales que permitieron formular el marco teórico de la investigación.

### **3.2.3. Método analítico - sintético**

Es un método me permitió obtener los resultados y realizar la discusión de la presente investigación, así como también establecer las conclusiones y recomendaciones

### **3.2.4. Método sistémico**

Este método me permitió determinar la viabilidad técnica, económica, financiera y ambiental del proyecto de investigación “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de Amaestramiento y Domesticación para Mascotas en el cantón Quevedo.

## **3.3. Tipos de investigación**

### **3.3.1. Investigación teórica**

Una parte del estudio se utilizara en la investigación teórica, que estará basada en datos de ministerios y experiencias en otros lugares, donde existen centros para atención de mascotas, recopilando de esta forma teorías y toda la información disponible en internet.

### **3.3.2. Investigación de Campo**

Se acudió a fuentes de información primarias y a través de la encuesta se realizó la recolección de datos que sirvieron para los cálculos y análisis de acuerdo asl objetivo de la investigación, las preguntas que se aplicaron fueron elaboradas de acuerdo a los objetivos que se plantearon en la investigación.

## **3.4. Técnicas de recolección de información**

A través de las fuentes primarias se recogió información de mercado a los consumidores del servicio, que permitieron obtener la información relevante y

servieron para determinar si es factible el proyecto. La fuente de información secundaria a través de información estadísticas, libros, censos, internet, entre otras, permitieron cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

### **3.5. Técnicas de análisis de la información**

Se realizaron cuadros estadísticos en Excel para procesar la información obtenidas en las encuesta y se utilizaron para realizar las proyecciones sobre oferta y demanda del servicio del proyecto.

### **3.6. Diseño del instrumento de investigación**

El estudio de mercado para la instalación de un Centro de Amaestramiento y domesticación de mascotas en el Cantón Quevedo, tendrá como fuente de información primaria la realización de una encuesta a un segmento representativo de la población que permita determinar el número de familias que gustan de tener mascotas (perros, gatos) y que perteneciendo a un estrato social medio y alto puedan acceder al uso del servicio propuesto.

#### **3.6.1. Encuesta**

Manifiesta que, la encuesta es una herramienta muy utilizada para la obtención de información primaria, cuando se haya agotado la información a través del mecanismo de obtención secundario. Ante de hacer una encuesta hay que asegurarse de que realmente esa encuesta es necesaria.

Se debe tener en claro que la información que se necesita no se puede obtener en forma cualitativa, ya que este último procedimiento resulta más económico que aplicar una encuesta. Por tanto, es indispensable analizar el costo de la encuesta y los recursos disponibles para realizarla también habrá que demostrar que el tema es de interés para el proyecto y que ciertamente existe información disponible, al cual se puede acceder. (Florez, 2012, pág. 110)

### 3.7. Población

El universo de la investigación serán los hogares del Cantón Quevedo.

#### Muestra

El tamaño de la muestra fue necesario considerar la totalidad de hogares del cantón Quevedo, considerando un número de 5 miembros que componen una familia

**Población de referencia:** según datos del INEC del último censo año 2010 existen 173575 habitantes en el cantón Quevedo.

n= Tamaño de la Muestra

Uo= Universo Objetivo (34715 hogares quevedos)

P= Probabilidad de Aceptación (50%)

Q= Probabilidad de Rechazo (50%)

Z= Nivel de Confianza 95% = 1,960

e= Margen de Error 5% = 0,05

$$n = \frac{UoPQZ^2}{(Uo - 1)(e)^2 + PQZ^2}$$

$$n = \frac{34715(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(34715 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{34715(0,50)(0,50)(3,8416)}{34714(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{33340,29}{86,785 + 0,9604}$$

$$n = \frac{33340,29}{87,7454}$$

$$n = 379,97 \rightarrow 380 \text{ Encuestas}$$

**CAPITULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**  
**DE LA INVESTIGACIÓN**

#### 4.1. Estudio de Mercado

##### Tabulación, análisis e interpretación de los resultados

##### 1.- ¿Tiene mascotas en su hogar?

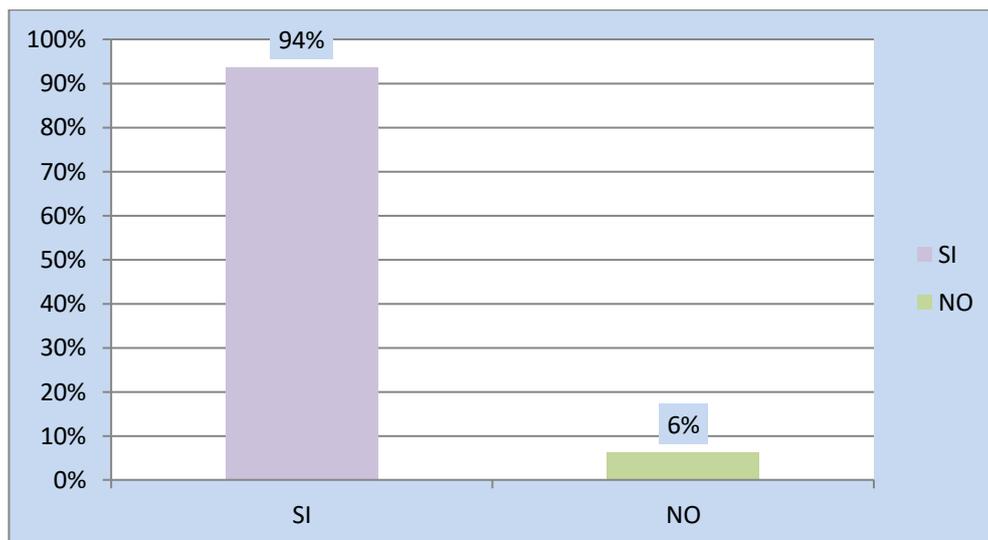
**Cuadro N.- 1: Tiene mascotas en su hogar**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	356	94%
NO	24	6%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 1: Tiene mascotas en su hogar**



#### INTERPRETACIÓN

En este gráfico nos mencionan que el 94% si tienen mascotas en su hogar y el 6% nos dicen que no tienen.

## 2.- ¿Qué tipo de animal tiene en su hogar?

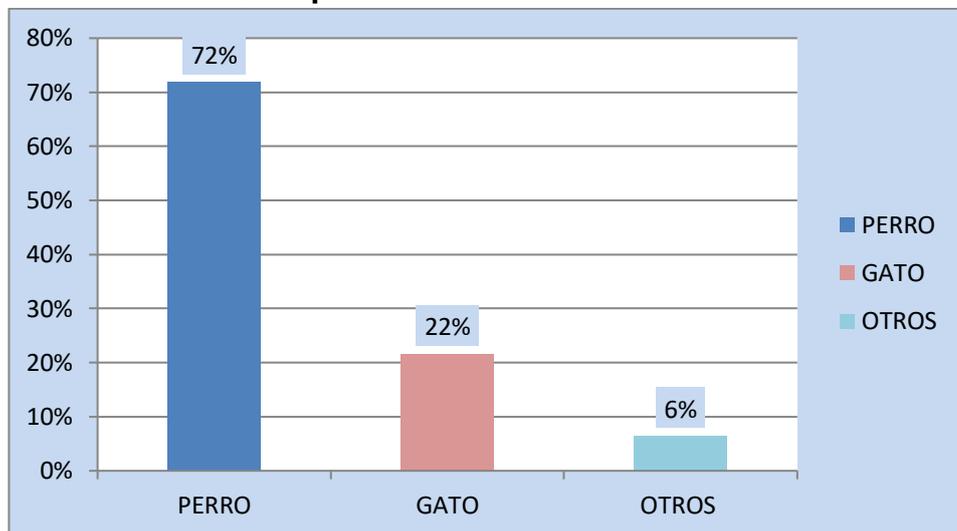
**Cuadro N.- 2: Qué tipo de animal tiene**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
PERRO	256	72%
GATO	77	22%
OTROS	23	6%
TOTAL	356	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 2: Qué tipo de animal tiene**



### INTERPRETACIÓN

En este gráfico nos dicen que el 72% en su mayoría tiene perros, el 22% le gusta los gatos y el 6% manifiesta otros animales.

### 3.- ¿Son de raza pura sus mascotas?

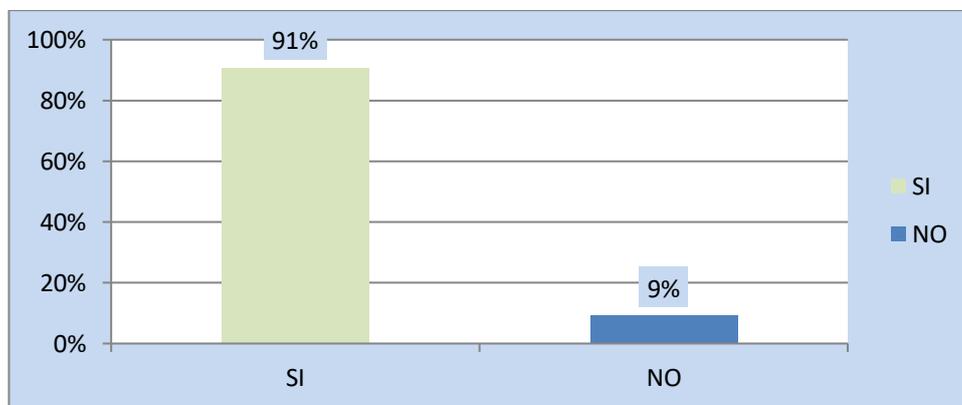
**Cuadro N.- 3: Son de razas sus mascotas**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	323	91%
NO	33	9%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico N.- 3: Son de razas sus mascotas**



### INTERPRETACION

Aquí nos manifiestan que el 91% si son de raza sus mascotas y el 9% nos dicen que no lo son.

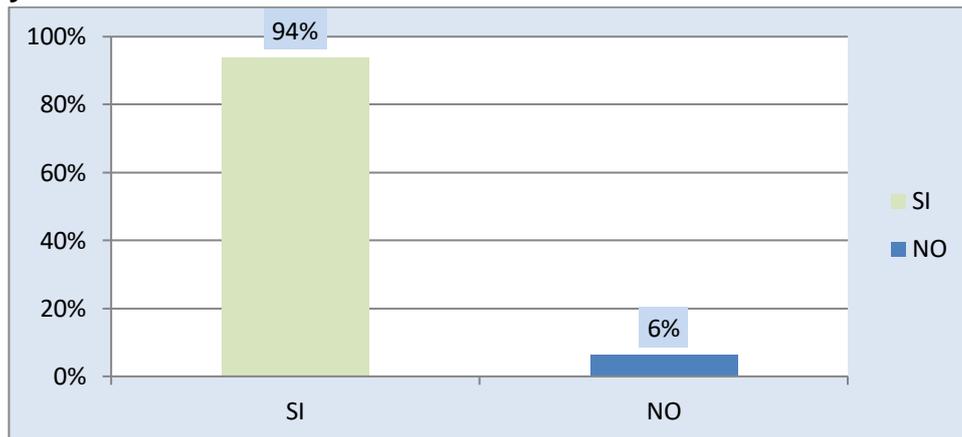
4.- ¿Considera usted que es importante mantener a sus mascotas con un buen aspecto físico y emocional?

**Cuadro N.- 4: Es importante mantener con un buen aspecto físico y emocional a su mascota**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	334	94%
NO	22	6%
TOTAL	356	100%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 4: Es de vital importancia mantener con un buen aspecto físico y emocional a su mascota**



## INTERPRETACIÓN

El 94% no dicen que si es importante mantener en buen estado a sus mascotas y el 6% no lo considera oportuno.

## 5.- ¿Qué servicios usa actualmente para el cuidado de su mascota

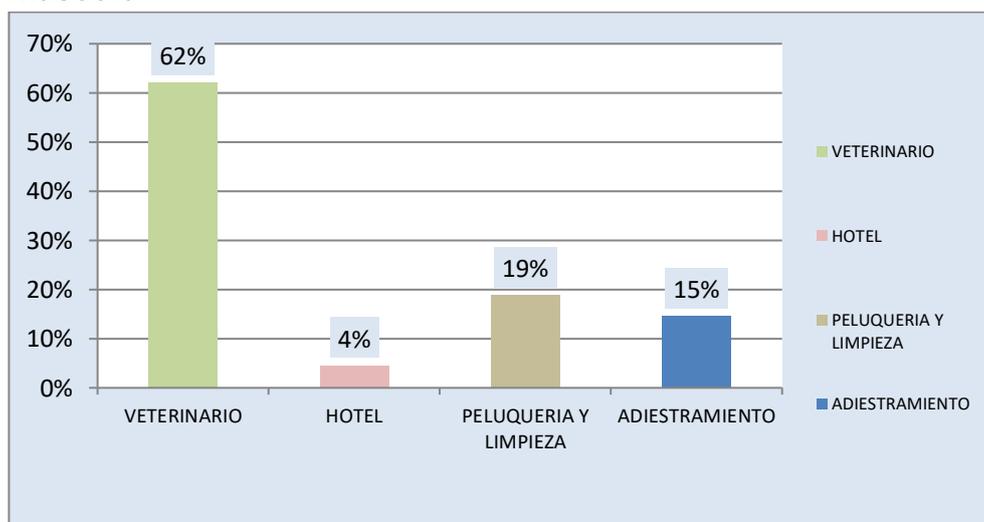
**Cuadro N.- 5: Servicios que usa actualmente para el cuidado de su mascota**

DESCREPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
VETERINARIO	221	62%
HOTEL	16	4%
PELUQUERIA Y LIMPIEZA	67	19%
ADiestRAMIENTO	52	15%
TOTAL	356	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**GRÁFICO N.- 5: Servicios que usa actualmente para el cuidado de su mascota**



### INTERPRETACIÓN

El servicio que más utiliza es veterinario con el 62%, el 19% peluquería y limpieza, el 15% adiestramiento y el 4% hotel.

## 6.- Conoce los servicios que ofrece un centro para mascota

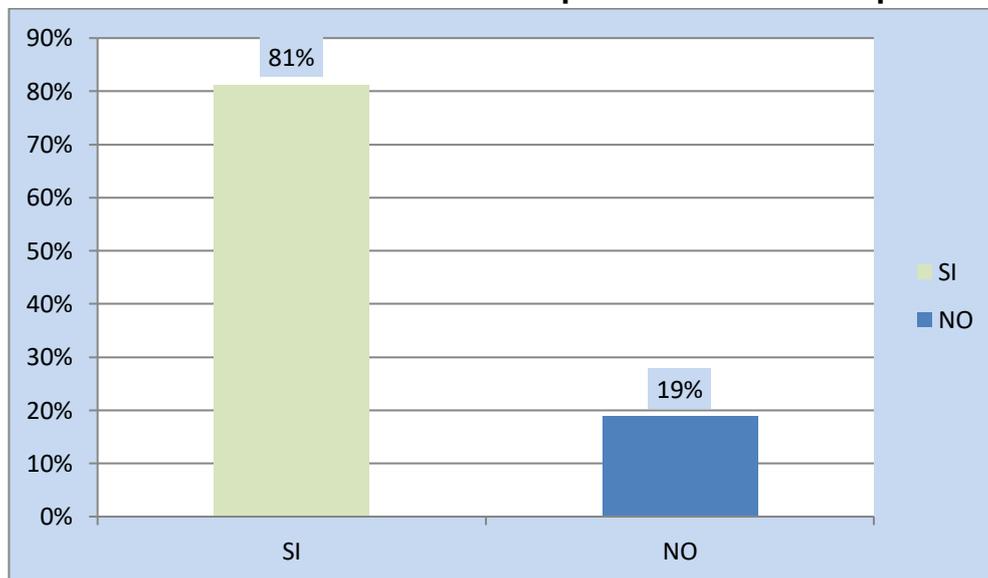
**Cuadro N.- 6: Conoce los servicios que ofrece un centro para mascota**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	289	81%
NO	67	19%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 6: Conoce los servicios que ofrece un centro para mascota**



### INTERPRETACIÓN

El 81% si conoce los servicio que ofrece el centro para mascotas y el 19% lo desconoce.

7.- Alguna vez ha visitado un centro o un lugar donde su mascota sea atendida como se lo merece.

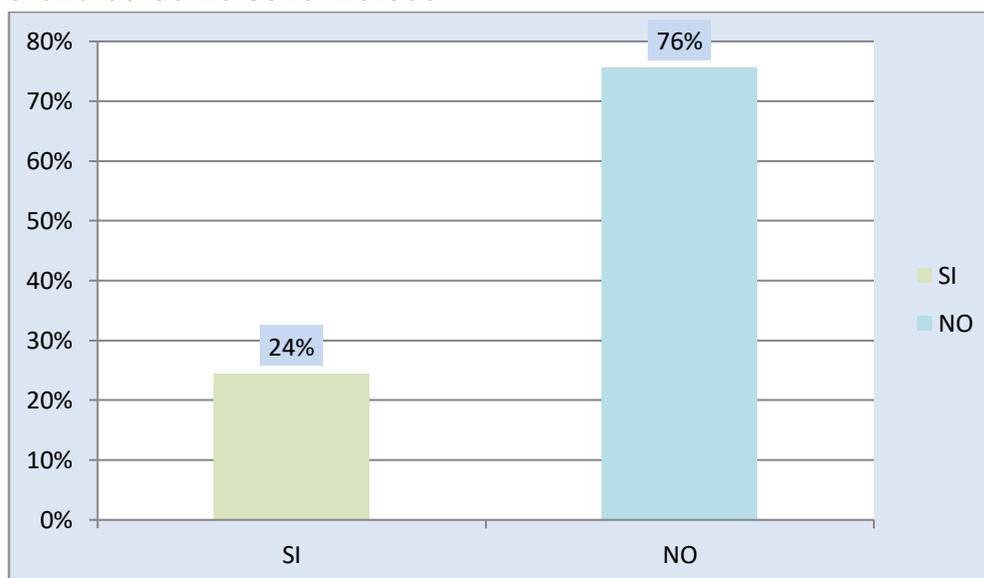
**Cuadro N.- 7: Ha visitado un centro o un lugar donde su mascota sea atendida como se lo merece**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	87	24%
NO	269	76%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 7: Ha visitado un centro o un lugar donde su mascota sea atendida como se lo merece**



### INTERPRETACIÓN

El 76% con gran porcentaje nos menciona que no ha visitado un centro para mascota y el 24% si acudido a este tipo de lugar.

8.- Llevaría a su mascota al centro de cuidado para velar por su salud tanto física como emocional.

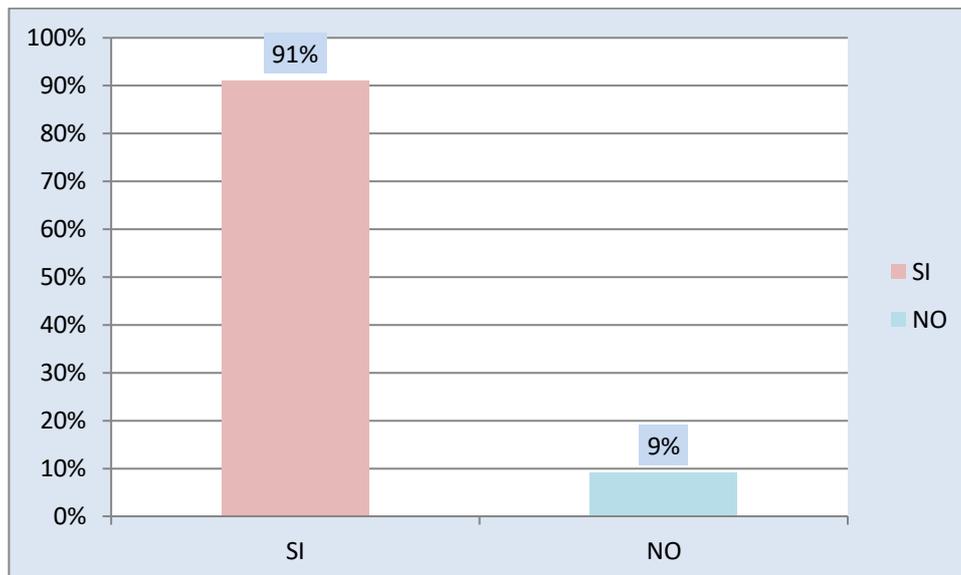
**Cuadro N.- 8: Llevaría a su mascota al centro de cuidado para velar por su salud**

DESCRPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	324	91%
NO	32	9%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 8: Llevaría a su mascota al centro de cuidado para velar por su salud**



### INTERPRETACIÓN

El 91% está de acuerdo en llevar a su mascota a este tipo de mascota y el 9% no lo ve oportuno.

## 9.- Qué aspectos considera usted de mayor importancia para ir a un centro para mascotas

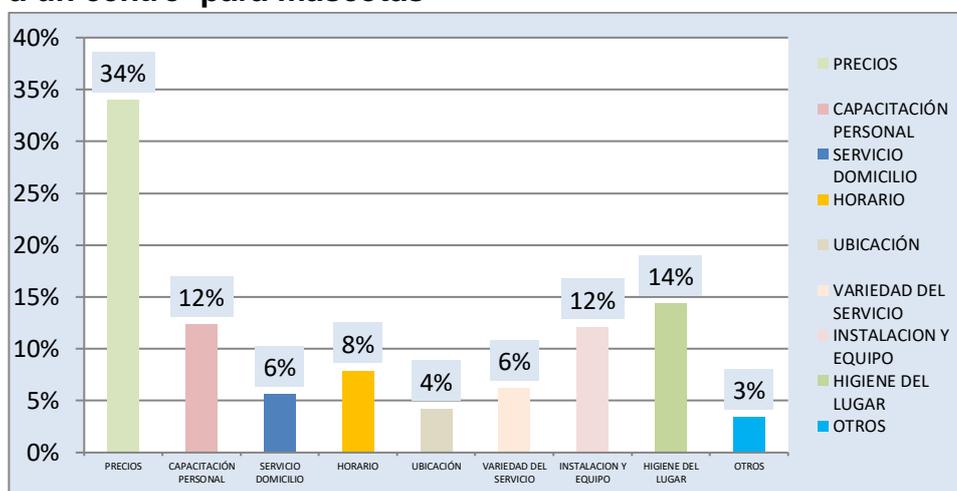
**Cuadro N.- 9: Qué aspectos considera usted de mayor importancia para ir a un centro para mascotas**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRECIOS	121	34%
CAPACITACIÓN PERSONAL	44	12%
SERVICIO DOMICILIO	20	6%
HORARIO	28	8%
UBICACIÓN	15	4%
VARIEDAD DEL SERVICIO	22	6%
INSTALACION Y EQUIPO	43	12%
HIGIENE DEL LUGAR	51	14%
OTROS	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 9: Qué aspectos considera usted de mayor importancia para ir a un centro para mascotas**



### INTERPRETACIÓN

El 34% con mayoría de porcentaje considera los precios, el 14% ve higiene del lugar, el 12% de igual porcentaje capacitación de personal y instalación de equipos, el 8% considera los horarios, el 6% con un mismo porcentaje servicio de domicilio y variedad de servicio, el 4% observa la ubicación y un 3% otros.

## 10.- Con qué frecuencia llevaría a su mascota al centro de cuidado y adiestramiento

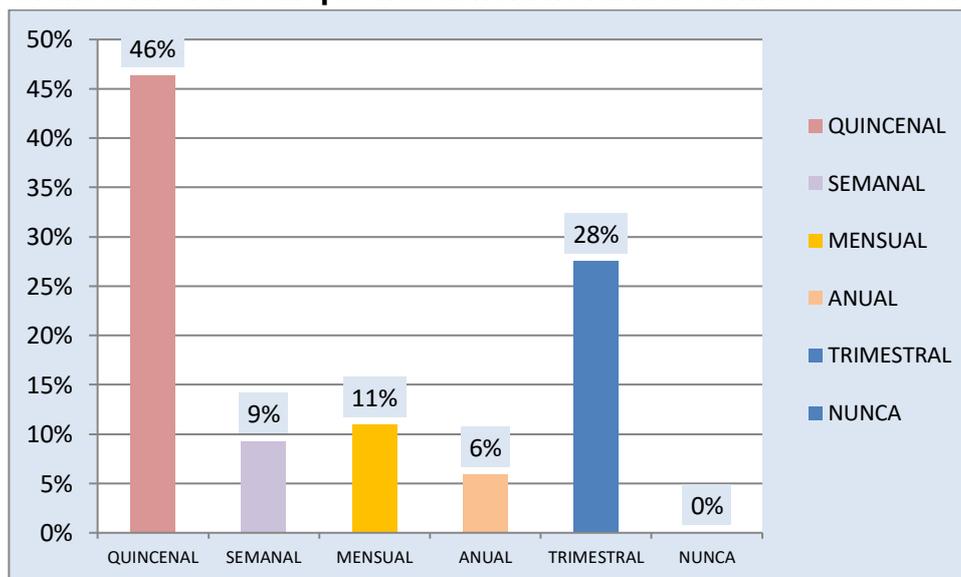
**Cuadro N.- 10: Con qué frecuencia llevaría a su mascota al centro**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
QUINCENAL	165	46%
SEMANAL	33	9%
MENSUAL	39	11%
ANUAL	21	6%
TRIMESTRAL	98	28%
NUNCA	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 10: Con qué frecuencia llevaría a su mascota al centro**



### INTERPRETACIÓN

El 46% lo hace quincenalmente, el 28% va trimestralmente, el 11% acude mensual, el 9% lo hace semanal, el 6% anual y 0% nunca.

## 11.- Cuanto estaría dispuesto a cancelar por los servicios prestados a sus mascotas.

### Razas pequeñas

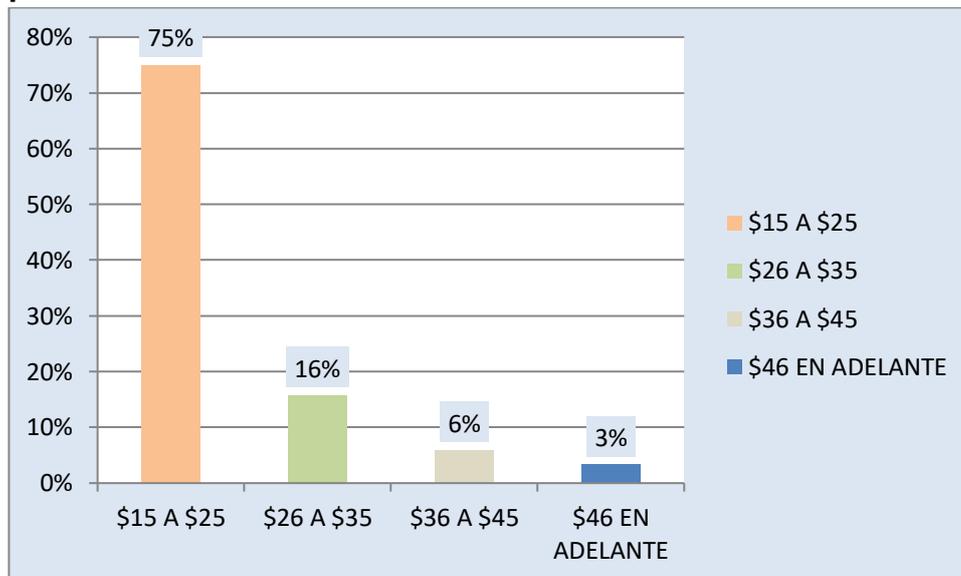
**Cuadro N.- 11: Cuanto estaría dispuesto a cancelar por los servicios prestados**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$15 A \$25	267	75%
\$26 A \$35	56	16%
\$36 A \$45	21	6%
\$46 EN ADELANTE	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 11: Cuanto estaría dispuesto a cancelar por los servicios prestados**



### INTERPRETACIÓN

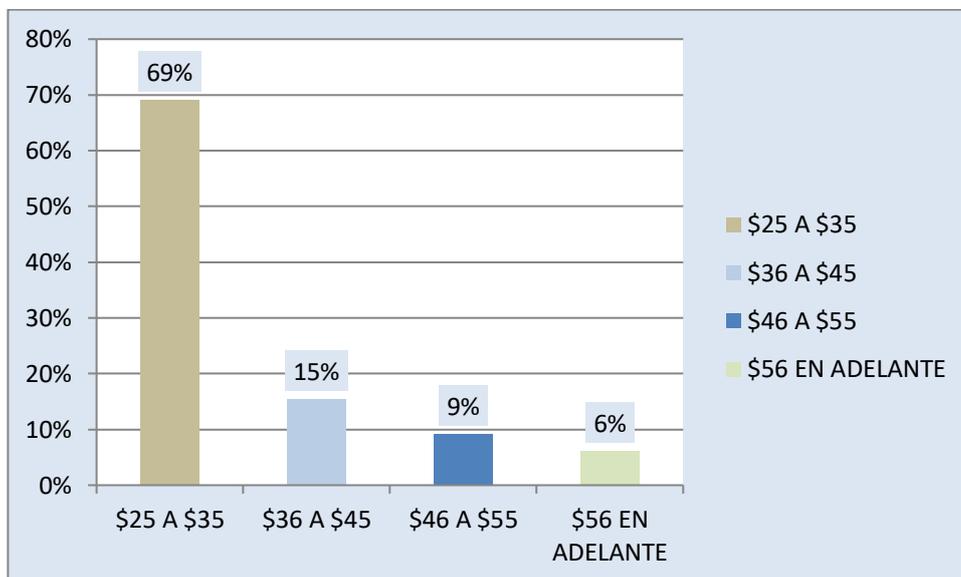
En esta gráfica para raza pequeñas el 75% de \$15 a 25, el 16% de \$26 a 35, el 6% \$36 a 45 y el 3% \$46 en adelante.

## Razas grandes

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$25 A \$35	246	69%
\$36 A \$45	55	15%
\$46 A \$55	33	9%
\$56 EN ADELANTE	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor



## INTERPRETACIÓN

En esta gráfica para razas grandes, el 69% \$25 a 35, el 15% \$36 a 45, el 9% \$46 a 55 y el 6% \$56 en adelante.

**12.- Cuál de los servicios tiene preferencia al momento de visitar el centro de amaestramiento y relajación para mascota.**

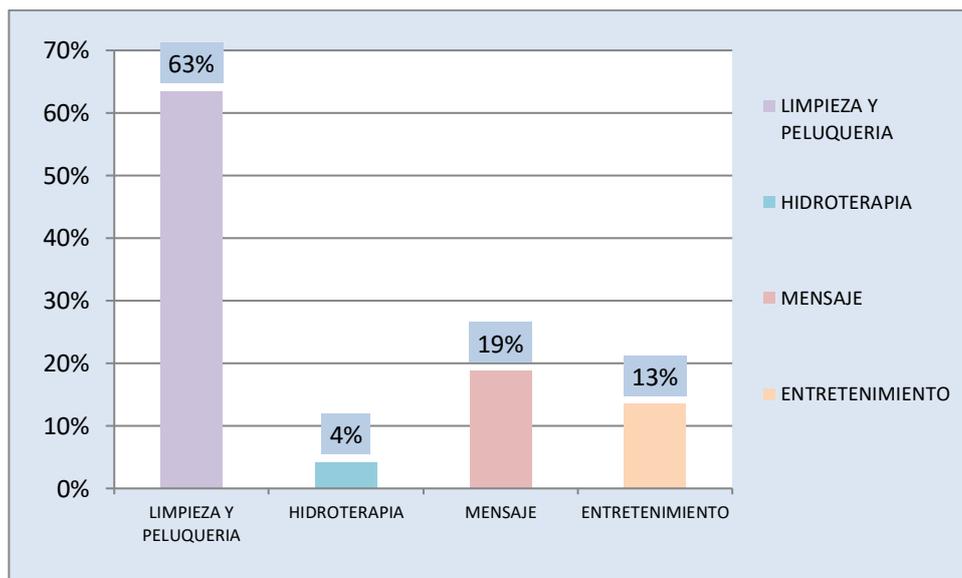
**Cuadro N.- 12: Cuál de los siguientes servicios tendría preferencia al momento de visitar el centro**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
LIMPIEZA Y PELUQUERIA	226	63%
HIDROTERAPIA	15	4%
MENSAJE	67	19%
ENTRETENIMIENTO	48	13%
TOTAL	356	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 12: Cuál de los servicios tiene preferencia al visitar el centro**



**INTERPRETACIÓN**

El 63% nos dice que tiene preferencia la limpieza y peluquería, el 19% masaje, el 13% entretenimiento y el 4% hidroterapia.

### 13.- Le gustaría que se implante en la ciudad de Quevedo un centro de amaestramiento y relajación para mascotas

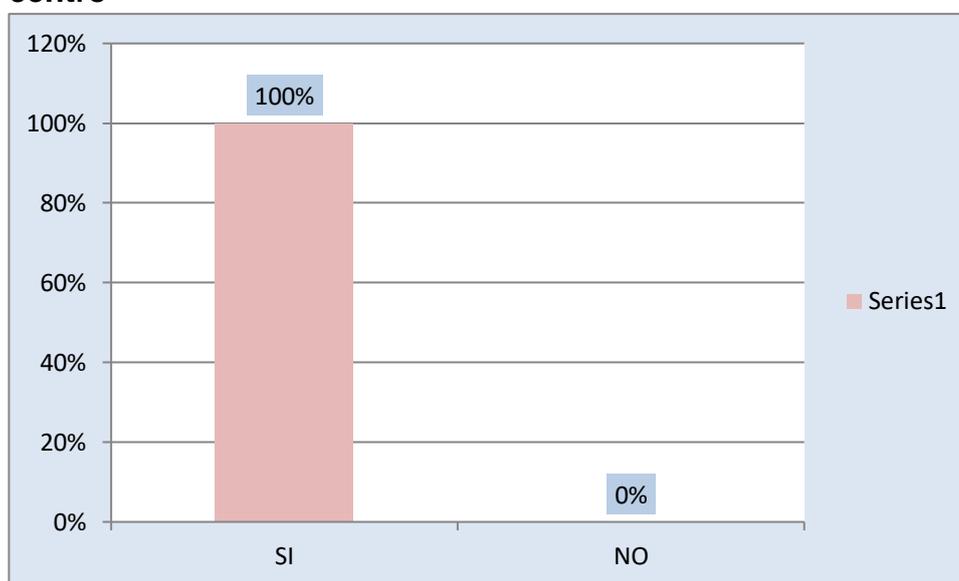
**Cuadro N.- 13: Le gustaría que se implante en la ciudad de Quevedo un centro**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	356	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Gráfico N.- 13: Le gustaría que se implante en la ciudad de Quevedo un centro**



### INTERPRETACIÓN

EL 100% de los encuestados manifestaron que si le agradaría la idea de la creación de un centro de adiestramiento y relajación.

## **4.2. ESTUDIO TÉCNICO.**

Por medio del Estudio Técnico se diseñó la función de producción para utilizar de mejor manera los recursos disponibles sobre el producto deseado, se resolvió las preguntas a donde, cuando, cuanto, cómo y con que producir, variable que tiene relación con el funcionamiento y puesta en marcha del servicio de amaestramiento y domesticación de mascotas.

### **4.2.1. Determinación del tamaño del proyecto**

Consistió en analizar el tamaño óptimo del proyecto por medio de las instalaciones equipos, insumos requeridos en el proceso de amaestramiento y domesticación de los animales

### **4.2.2. Factores condicionantes del tamaño del proyecto**

#### **4.2.2.1. El Mercado**

“De acuerdo al tamaño del mercado se determina el tamaño propuesto para el proyecto, considerando que la demanda existente debe ser superior a dicho tamaño. El objetivo del proyecto será las familias de clases media alta propietarios de mascotas del cantón Quevedo, de clase socio económica media y alta que tienen mascotas (perros o gatos).

**Cuadro N.- 14: Demanda Insatisfecha**

<b>N°</b>	<b>Periodos</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>1</b>	2012	31.915	9.624	22.291
<b>2</b>	2013	32.743	10.356	22.387
<b>3</b>	2014	33.595	11.100	22.495
<b>4</b>	2015	34.465	11.844	22.621
<b>5</b>	2016	35.365	12.576	22.789

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### **4.2.2.2. Tamaño del Proyecto**

Determina las dimensiones de las instalaciones, capacidad de equipos necesarios para el proceso sobre el amaestramiento y domesticación de mascotas

#### **4.2.3. Localización del proyecto**

Permite ubicar el lugar ideal donde se llevara acabo el proyecto, tomando en cuenta que existan los servicios básicos de energía eléctrica, agua, acceso y, mano de obra calificada de acuerdo a los objetivos del proyecto.

#### **4.2.4. Mano de obra**

La disponibilidad de mano de obra planificada es importante para el éxito de la inversión.

#### **4.2.5. Fuentes de aprovisionamiento**

Existen proveedores de insumos, materiales y equipos cerca de la empresa en la ciudad de Quevedo.

#### **4.2.6. Disponibilidad y costos de Terrenos**

Terreno donde se ubicara la empresa reúne las condiciones de acuerdo al tipo de servicio que se va a ofrecer y que permite a corto plazo la expansión del mismo. En el presente proyecto se procederá al alquiler de un local que reúna las condiciones de acuerdo al servicio.

#### **4.2.7. Ingeniería del Proyecto**

Los servicios que se ofrecerán de amaestramiento y domesticación permitirán mantener a las mascotas sanas, disciplinadas a través del tratamiento y de las facilidades que brindara las instalaciones de la empresa.

#### **4.2.8. SERVICIO DE TRANSPORTE**

La empresa constara con un vehículo que se encargara de recoger y entregar las mascotas tanto a la empresa o al domicilio (propietario).

#### **4.2.9. Definición del proceso de producción de cada servicio**

Primeramente se realizara el registro de las mascotas llenando una ficha que contenga entre otros nombres, raza, edad, peso, dirección, número telefónico etc. además en la ficha se registrara el tratamiento recibido y la fecha para llevar un riguroso control. Preparación de la mascota

#### **4.2.10. Distribución de la planta**

En la distribución de la planta se tiene áreas de trabajo asentable que permitan condiciones de trabajos agradable que eleve la producción y a la vez reúna condiciones óptima para la seguridad y el bien de los trabajadores

#### **4.2.11. Sala de espera**

El ambiente en la sala de espera debe ser agradable y decorado relacionados con mascotas, tendrá un televisor, videos y revistas de variados temas relacionados con animales.

#### **4.2.12. Recepción**

Es un área donde se les dará atención a los clientes sobre información requerida de los distintos servicios, donde solicitara toda la información requerida sobre diversos servicios de atención para las mascotas.

#### **4.2.13. Área de estancia de las mascotas**

Es un área donde estarán ubicadas las jaulas con las mascotas, antes de recibir los servicios y hasta el momento en que sus amos los retiren.

#### **4.2.14. Servicios higiénicos**

La empresa contara con un servicio higiénico destinado para el uso del personal y de los clientes.

#### **4.2.15. Requerimientos de activos fijos**

La empresa contara con los activos fijos necesarios para cumplir con los objetivos del proyecto los mismos con que debe cumplir con las normas de calidad que permitan brindar un buen servicio y atención a las mascotas.

**Cuadro N.- 15: Equipo de estética**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Secador de potencia	1	593,00	593,00
Esterilizador	1	142,00	142,00
Torno eléctrico para uñas	1	93,00	93,00
<b>TOTAL</b>			<b>828,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Autor

**Cuadro N.- 16: Maquinarias y equipos**

<b>Especificaciones técnicas de maquinaria y equipos</b>	<b>MARCA</b>	<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>
Secador manual	MONTERO- Huracán Turbo 3000	Secador Profesional 3000w, 3 temperaturas, 2 velocidades.
Secador de potencia	METRO – Modelo AF-3	Secador de alta potencia de dos velocidades que remueve hasta el 90% de agua del pelaje del animal, manguera de 3 metros con reductor integrado. Fabricado en materiales inoxidables muy robustos. Soporta golpes fuertes. Muy estable. Sin resistencias eléctricas. Muy bajo consumo. La manguera es muy fuerte. La superficie de su interior es liza para evitar resistencia al paso del aire.
Esterilizador	MONTERO - Modelo FS-30	Esterilizador de peluquería 30 litros con rayos ultravioleta y calor seco.

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### **4.2.16. Requerimiento de Recursos Humanos**

Se utilizara mano de obra calificada para el manejo de la empresa de acuerdo con los servicios que se ofrecerán incluidos profesionales involucrados con la actividad de amaestramiento y domesticación de mascotas.

#### **4.2.17. Recursos Humanos**

La empresa contara con un administrador general, una secretaria recepcionista, estilistas, amaestrador entre otros, quienes gozaran de los beneficios de ley.

#### **4.2.18. Obras Civiles**

No existirá obra civil por cuanto la empresa funcionara en un local arrendado; no requiere de mayor inversión.

#### **4.2.19. Análisis Ambiental**

Córdoba M. (2010) indica que la evaluación ambiental es un proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuestas o decisión legislativa.

Para el presente proyecto de amaestramiento y domesticación de mascotas se tomaran todas las normas ambientales y existentes para mitigar los posibles impactos en el ambiente que genere la empresa.

### 4.3. ESTUDIO ECONÓMICO y FINANCIERO.

#### 4.3.1. Inversión

Cuadro N.- 17: Inversión de activos

<b>DETALLE DE ACTIVOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
2	Silla para espera tri personal	\$ 280.00	\$ 560.00
1	Archivador aéreo	\$ 110.00	\$ 110.00
1	Mueble de recepción	\$ 780.00	\$ 780.00
1	Silla giratoria con brazos	\$ 120.00	\$ 120.00
4	Silla individual plástica	\$ 47.00	\$ 188.00
1	Televisor Plasma de 32"	\$ 449.00	\$ 449.00
1	Microcomponente	\$ 155.00	\$ 155.00
	<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$ 2,362.00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
2	aire acondicionado split 24000 btu	\$ 780.00	\$ 1,560.00
1	caja registradora	\$ 830.00	\$ 830.00
2	telefono	\$ 140.00	\$ 280.00
	<b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$ 2,670.00</b>
	<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>		
2	computadora	\$ 670.00	\$ 1,340.00
2	impresora multifunción	\$ 150.00	\$ 300.00
	<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</b>		<b>\$ 1,640.00</b>
	<b>MAQUINAS Y EQUIPOS</b>		
1	Secador de potencia	\$ 593.00	\$ 593.00
1	Esterilizador	\$ 142.00	\$ 142.00
1	Torno eléctrico para uñas	\$ 93.00	\$ 93.00
1	Mesa de peluquería mediana	\$ 81.00	\$ 81.00
1	Mesa de peluquería grande profesional	\$ 350.00	\$ 350.00
1	Mesa de estética auxiliar	\$ 65.00	\$ 65.00
4	Módulos de espera-caniles	\$ 156.00	\$ 624.00
1	Asistente de peluquería	\$ 55.00	\$ 55.00
1	Asiento giratorio para masajista	\$ 52.00	\$ 52.00
3	Estantería de 3 niveles	\$ 115.00	\$ 345.00
1	Bañera	\$ 280.00	\$ 280.00
1	Tina de Hidromasaje	\$ 820.00	\$ 820.00
1	Calefón	\$ 260.00	\$ 260.00
2	Cilindro de gas	\$ 50.00	\$ 100.00
	<b>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</b>		<b>\$ 3,860.00</b>
	<b>GASTOS DE FUNCIONAMIENTO</b>		
1	Cuerpo de Bomberos	\$ 25.00	\$ 25.00
1	Ruc Factureros	\$ 10.00	\$ 10.00
1	Ministerio de Salud Publica	\$ 25.00	\$ 25.00
1	Patente Municipal	\$ 50.00	\$ 50.00
	<b>TOTAL DE GASTOS DE FUNCIONAMIENTO</b>		<b>\$ 110.00</b>
	<b>VEHICULOS</b>		
1	N300 Van Pasajeros 1.2L 4P TM 4x2	\$ 16,440.00	\$16,440.00
	<b>TOTAL DE VEHICULOS</b>		<b>\$16,440.00</b>
	<b>Alquiler</b>		
1	Tres meses de Garantia	\$ 600.00	\$ 600.00
	<b>TOTAL DE EDIFICIO</b>		<b>\$ 600.00</b>
	<b>GASTOS DE ADECUACION</b>		
1	Pintura de paredes	\$ 400.00	\$ 400.00
1	Mano de obra	\$ 350.00	\$ 350.00
1	Conexiones de electricidad	\$ 400.00	\$ 400.00
	<b>TOTAL GASTOS DE ADECUACION</b>		<b>\$ 1,150.00</b>
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>\$28,832.00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

### 4.3.2. Depreciación

**Cuadro N.- 18: Depreciación**

DEPRECIACIÓN				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,362.00	10%	\$ 19.68	\$ 236.20
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,670.00	10%	\$ 22.25	\$ 267.00
VEHICULOS	\$ 16,440.00	20%	\$ 274.00	\$ 3,288.00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1,640.00	33.33%	\$ 45.55	\$ 546.61
MAQUINAS Y EQUIPOS	\$ 3,860.00	10%	\$ 32.17	\$ 386.00
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN</b>			<b>\$ 393.65</b>	<b>\$ 4,723.81</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

### 4.3.3. Inversión del Proyecto

**Cuadro N.- 19: Inversión del Proyecto**

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1,640.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,362.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 3,860.00
HERRAMIENTA	\$ 110.00
VEHICULO	\$ 16,440.00
EDIFICIO	\$ 600.00
TERRENO	\$ 1,150.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,670.00
CAJA BANCO	\$ 15,000.00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>\$ 43,832.00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

### 4.3.4. Financiamiento del Proyecto

**Cuadro N.- 20: Financiamiento del Proyecto**

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL	\$ 1.00	\$ 43,832.00
FINANCIADO	\$ 0.30	\$ 13,149.60
APORTES PROPIOS	\$ 0.70	\$ 30,682.40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.5. Tasa de Interés del Banco de Guayaquil

**Cuadro N.- 21: Tasa de Interés**

TASA	
TASA ANUAL DE INTERES PRESTAMO	14.00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.6. Plazo y Cuotas Mensuales

**Cuadro N.- 22: Plazo y Cuotas Mensuales**

Importe	VP=	\$	13,149.60
Cantidad de Cuotas	n =		60
tasa de interés anual	i =		14.00%
periodos en el año	m =		12.00
Interés Mensual			0.0117
Cuota de Pago o Anualidad	C/P =	\$	219.16

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.7. Gasto Administrativos

**Cuadro N.- 23: Gasto Administrativos**

DETALLES DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE	\$ 9,600.00	\$ 10,080.00	\$ 10,584.00	\$ 11,113.20	\$ 11,668.86
1	SECRETARIA/CONTADORA	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
1	EJECUTIVOS DE VENTAS	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
1	OPERADOR DE MAQUINARIA	\$ 6,600.00	\$ 6,930.00	\$ 7,276.50	\$ 7,640.33	\$ 8,022.34
10	OPERADORES:	\$ 40,800.00	\$ 42,840.00	\$ 44,982.00	\$ 47,231.10	\$ 49,592.66
1	CHOFER	\$ 9,000.00	\$ 9,450.00	\$ 9,922.50	\$ 10,418.63	\$ 10,939.56
2	GUARDIA	\$ 9,360.00	\$ 9,828.00	\$ 10,319.40	\$ 10,835.37	\$ 11,377.14
1	CONSERJE	\$ 4,080.00	\$ 4,284.00	\$ 4,498.20	\$ 4,723.11	\$ 4,959.27
	APORTE PATRONAL	\$ 10,195.56	\$ 10,705.34	\$ 11,240.60	\$ 11,802.64	\$ 12,392.77
	DECIMO CUARTO	\$ 2,336.00	\$ 2,452.80	\$ 2,575.44	\$ 2,704.21	\$ 2,839.42
	DECIMO TERCERO	\$ 7,620.00	\$ 8,001.00	\$ 8,401.05	\$ 8,821.10	\$ 9,262.16
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 111,591.56</b>	<b>\$ 117,171.14</b>	<b>\$ 123,029.69</b>	<b>\$ 129,181.18</b>	<b>\$ 135,640.24</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.8. Gasto Generales

**Cuadro N.- 24: Gasto Generales**

GASTOS GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
	ENERGIA ELECTRICA	\$ 3,000.00	\$ 3,150.00	\$ 3,307.50	\$ 3,472.88	\$ 3,646.52
	TELEFONO	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
	ALQUILER DE LOCAL	\$ 2,400.00	\$ 2,520.00	\$ 2,646.00	\$ 2,778.30	\$ 2,917.22
	UTILES DE OFICINA	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
	GAS	\$ 300.00				
	MATERIALES DE LIMPIEZA	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 236.20	\$ 236.20	\$ 236.20	\$ 236.20	\$ 236.20
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 546.61	\$ 546.61	\$ 546.61	\$ -	\$ -
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 267.00	\$ 267.00	\$ 267.00	\$ 267.00	\$ 267.00
	DEPRECIACION DE VEHICULO	\$ 3,288.00	\$ 3,288.00	\$ 3,288.00	\$ 3,288.00	\$ 3,288.00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 386.00
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>		<b>\$ 14,263.81</b>	<b>\$ 14,425.81</b>	<b>\$ 14,910.91</b>	<b>\$ 14,873.66</b>	<b>\$ 15,408.48</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.9. Gasto de Ventas

**Cuadro N.- 25: Gasto de Ventas**

GASTOS DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	TRANSPORTE	\$ 1,440.00	\$ 1,512.00	\$ 1,587.60	\$ 1,666.98	\$ 1,750.33
	PUBLICIDAD	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>		<b>\$ 3,240.00</b>	<b>\$ 3,402.00</b>	<b>\$ 3,572.10</b>	<b>\$ 3,750.71</b>	<b>\$ 3,938.24</b>
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</b>		<b>\$ 129,095.37</b>	<b>\$ 134,998.95</b>	<b>\$ 141,512.71</b>	<b>\$ 147,805.54</b>	<b>\$ 154,986.96</b>
<b>GASTOS DE FLUJO DE CAJA</b>		<b>\$ 127,659.56</b>	<b>\$ 133,563.14</b>	<b>\$ 140,076.89</b>	<b>\$ 146,916.34</b>	<b>\$ 154,097.76</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>		<b>\$ 9,540.00</b>	<b>\$ 10,017.00</b>	<b>\$ 10,517.85</b>	<b>\$ 11,043.74</b>	<b>\$ 11,595.93</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>		<b>\$ 4,723.81</b>	<b>\$ 4,723.81</b>	<b>\$ 4,723.81</b>	<b>\$ 4,177.20</b>	<b>\$ 4,177.20</b>
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>		<b>\$ 4,723.81</b>	<b>\$ 9,447.62</b>	<b>\$ 14,171.44</b>	<b>\$ 18,348.64</b>	<b>\$ 22,525.84</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.10. Años proyectados y Puntos de equilibrios

**Cuadro N.- 26: Años 1**

AÑO 1 DATOS	
VENTAS	\$ 159,826.47
COSTOS FIJOS	\$ 129,095.37
COSTOS VARIABLES	\$ 5,221.26

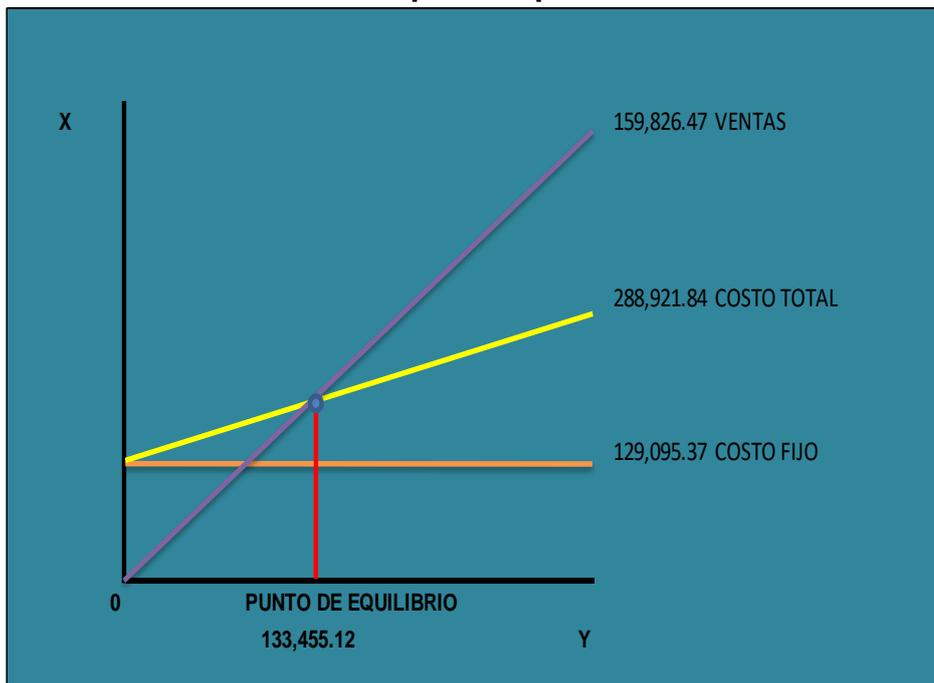
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{\$129,095.37}{\$0.97}$$

$$PE = \$133,455.12$$

**Gráfico N.- 13: Punto de equilibrio primer año**



**Cuadro N.- 27: Año 2**

<b>AÑO 2 DATOS</b>	
VENTAS	\$ 167,817.79
COSTOS FIJOS	\$ 134,998.95
COSTOS VARIABLES	\$ 5,482.32

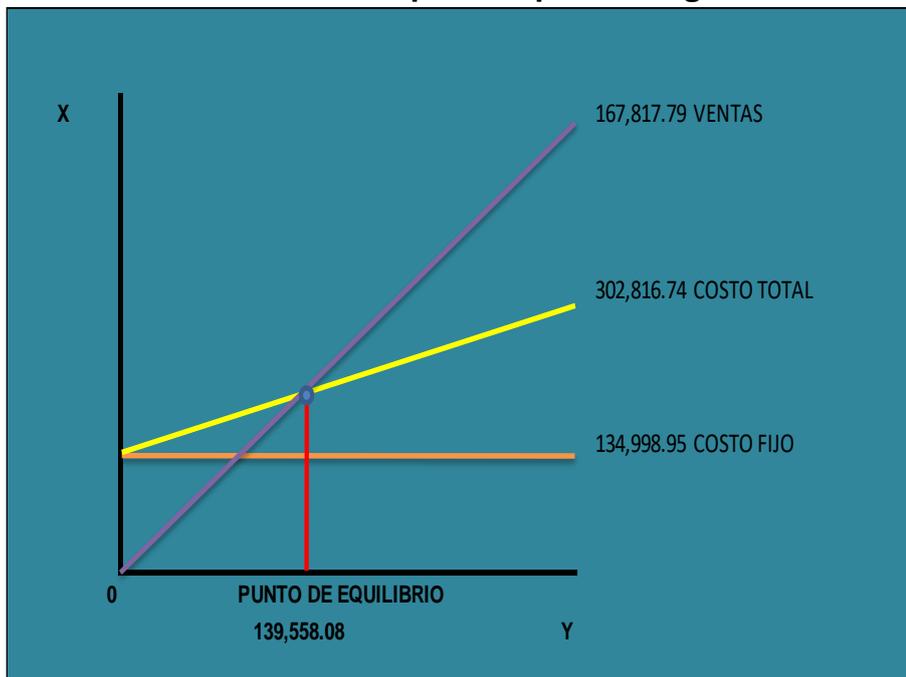
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{\$134,998.95}{\$0.97}$$

$$PE = \$139,558.08$$

**Gráfico N.- 14: Punto de equilibrio para el segundo año**



**Cuadro N.- 27: Año 3**

<b>AÑO 3 DATOS</b>	
VENTAS	\$ 176,208.68
COSTOS FIJOS	\$ 141,512.71
COSTOS VARIABLES	\$ 5,756.44

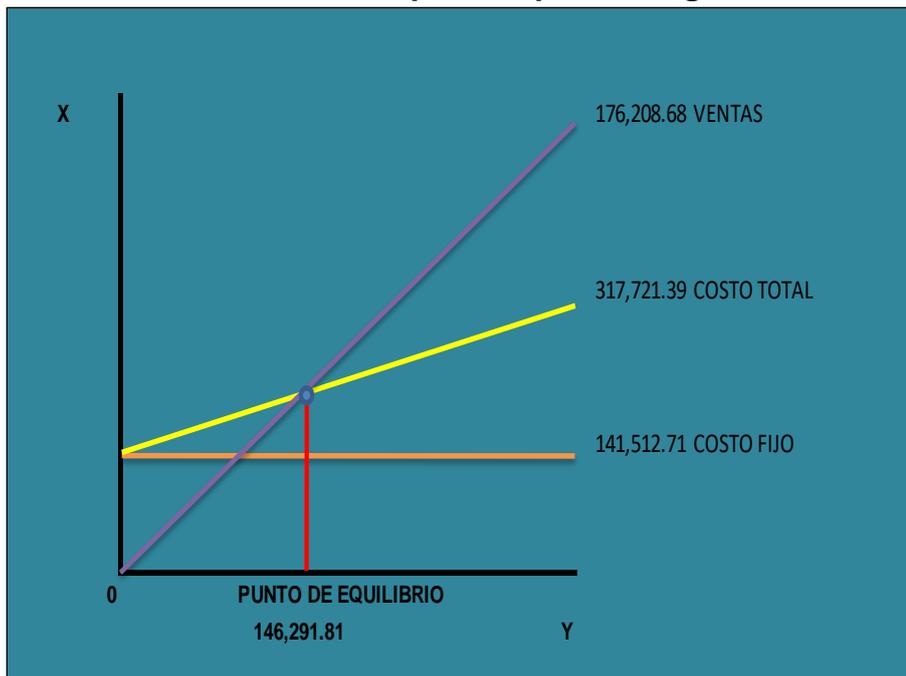
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{CV}} = \frac{\$141,512.71}{\$0.97}$$

$$PE = \$146,291.81$$

**Grafico N.- 14: Punto de equilibrio para el segundo año**



**Cuadro N.- 27: Año 4**

AÑO 4 DATOS	
VENTAS	\$ 185,019.12
COSTOS FIJOS	\$ 147,805.54
COSTOS VARIABLES	\$ 6,044.26

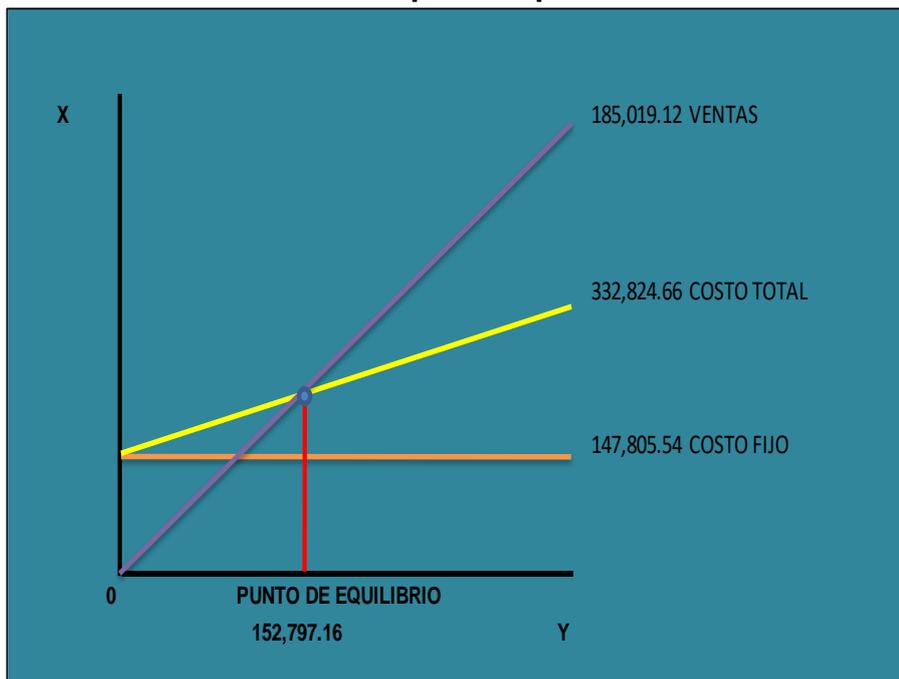
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{CV}} = \frac{\$147,805.54}{\$0.97}$$

$$PE = \$152,797.16$$

**Grafico N.- 15: Punto de equilibrio para el cuarto año**



**Cuadro N.- 27: Año 5**

<b>AÑO 5 DATOS</b>	
VENTAS	\$ 194,270.07
COSTOS FIJOS	\$ 154,986.96
COSTOS VARIABLES	\$ 6,346.47

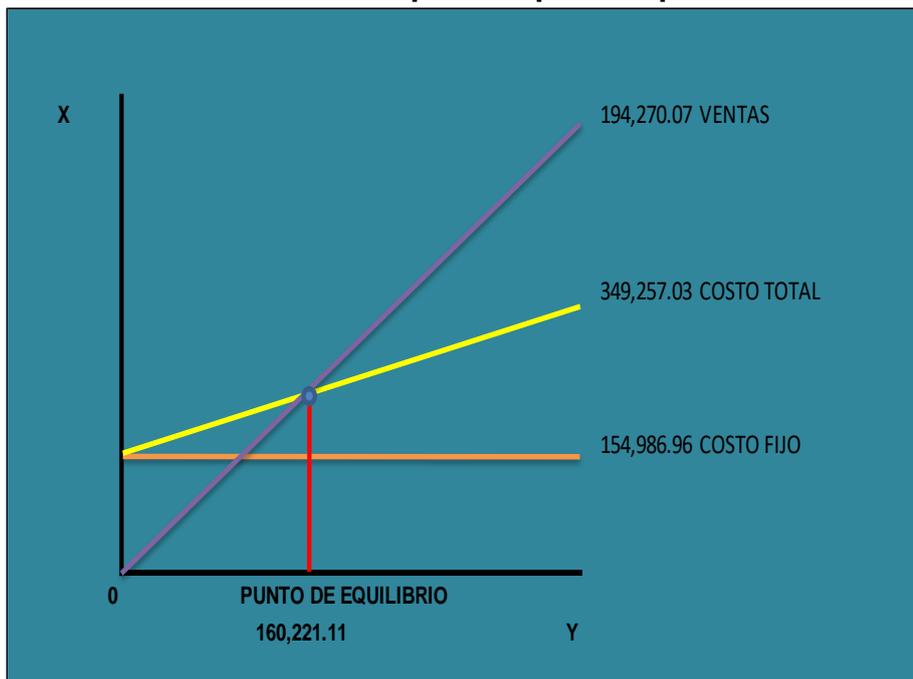
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{\$154,986.96}{\$0.97}$$

$$PE = \$160,221.11$$

**Grafico N.- 16: Punto de equilibrio para el quinto año**



#### 4.3.11. Detalle de los Costos de Ventas

**Cuadro N.- 28: Detalle de Costos de Ventas**

DETALLE DE COSTO DE VENTA									
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Servicio de Limpieza y Peluquería</b>									
Shampoo	3	Galón	\$ 20.00	\$ 60.00	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
Jabón medicado (antipulgas)	6	unidad 90gr	\$ 1.84	\$ 11.04	\$ 132.48	\$ 139.10	\$ 146.06	\$ 153.36	\$ 161.03
Limpiadora de ojos y lagrimales	1	unidad	\$ 13.20	\$ 9.90	\$ 118.80	\$ 124.74	\$ 130.98	\$ 137.53	\$ 144.40
Limpiador de oídos	2	unidad	\$ 14.00	\$ 28.00	\$ 336.00	\$ 352.80	\$ 370.44	\$ 388.96	\$ 408.41
Acondicionador y desenredado	1	1 litro	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79
Perfume	1	unidad 150 cc	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 90.00	\$ 94.50	\$ 99.23	\$ 104.19	\$ 109.40
Cicatrizante de uñas y cortaduras	0	unidad	\$ 11.00	\$ 2.75	\$ 33.00	\$ 34.65	\$ 36.38	\$ 38.20	\$ 40.11
Desengrasante de pelo	1	unidad 120 ml	\$ 25.00	\$ 12.50	\$ 150.00	\$ 157.50	\$ 165.38	\$ 173.64	\$ 182.33
Esmaltes varios colores	1	unidad	\$ 1.40	\$ 1.40	\$ 16.80	\$ 17.64	\$ 18.52	\$ 19.45	\$ 20.42
Crema de dientes	2	unidad 114g	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
Cepillo de dientes de goma	30	caja x 100	\$ 0.30	\$ 9.00	\$ 108.00	\$ 113.40	\$ 119.07	\$ 125.02	\$ 131.27
Lazo para mascotas S	35	caja x 100	\$ 0.20	\$ 7.00	\$ 84.00	\$ 88.20	\$ 92.61	\$ 97.24	\$ 102.10
Lazo para mascotas M	30	caja x 75	\$ 0.22	\$ 6.60	\$ 79.20	\$ 83.16	\$ 87.32	\$ 91.68	\$ 96.27
Pañuelos	30	caja x 50	\$ 0.25	\$ 7.50	\$ 90.00	\$ 94.50	\$ 99.23	\$ 104.19	\$ 109.40
Toalla absorbentes	2	metro	\$ 4.50	\$ 9.00	\$ 108.00	\$ 113.40	\$ 119.07	\$ 125.02	\$ 131.27
Bombonera de snaks surtidos	2	kilo	\$ 14.00	\$ 28.00	\$ 336.00	\$ 352.80	\$ 370.44	\$ 388.96	\$ 408.41
<b>Servicio de SPA</b>									
Shampoo	2	Galón	\$ 20.00	\$ 40.00	\$ 480.00	\$ 504.00	\$ 529.20	\$ 555.66	\$ 583.44
Jabón medicado (antipulgas)	4	unidad 90gr	\$ 1.84	\$ 7.36	\$ 88.32	\$ 92.74	\$ 97.37	\$ 102.24	\$ 107.35
Limpiadora de ojos y lagrimales	1	Unidad	\$ 13.20	\$ 6.60	\$ 79.20	\$ 83.16	\$ 87.32	\$ 91.68	\$ 96.27
Limpiador de oídos	1	Unidad	\$ 14.00	\$ 14.00	\$ 168.00	\$ 176.40	\$ 185.22	\$ 194.48	\$ 204.21
Acondicionador y desenredado	1	1 litro	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79
Perfume	1	unidad 150 cc	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 90.00	\$ 94.50	\$ 99.23	\$ 104.19	\$ 109.40
Cicatrizante de uñas y cortaduras	0	unidad	\$ 11.00	\$ 2.75	\$ 33.00	\$ 34.65	\$ 36.38	\$ 38.20	\$ 40.11
Restaurador activo para pelo	1	unidad 120ml	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 72.00	\$ 75.60	\$ 79.38	\$ 83.35	\$ 87.52
Desengrasante de pelo	0	unidad 120 ml	\$ 25.00	\$ 6.25	\$ 75.00	\$ 78.75	\$ 82.69	\$ 86.82	\$ 91.16
Tintes varios colores	2	Unidad	\$ 6.25	\$ 12.50	\$ 150.00	\$ 157.50	\$ 165.38	\$ 173.64	\$ 182.33
Esmaltes varios colores	1	Unidad	\$ 1.40	\$ 1.40	\$ 16.80	\$ 17.64	\$ 18.52	\$ 19.45	\$ 20.42
Aceites esenciales varios olores	6	Unidad	\$ 8.50	\$ 51.00	\$ 612.00	\$ 642.60	\$ 674.73	\$ 708.47	\$ 743.89
Imprevisto 10%					\$ 474.66	\$ 498.39	\$ 523.31	\$ 549.48	\$ 576.95
					\$ 5,221.26	\$ 5,482.32	\$ 5,756.44	\$ 6,044.26	\$ 6,346.47

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.12. Presupuesto de ventas

**Cuadro N.- 29: Presupuesto de ventas**

PRESUPUESTO DE VENTAS								
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	PVP	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Limpieza y peluquería	227	Unidad	\$ 30.00	\$ 81,585.06	\$ 85,664.31	\$ 89,947.53	\$ 94,444.91	\$ 99,167.15
SPA	145	Unidad	\$ 45.00	\$ 78,241.41	\$ 82,153.48	\$ 86,261.15	\$ 90,574.21	\$ 95,102.92
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>				<b>\$ 159,826.47</b>	<b>\$ 167,817.79</b>	<b>\$ 176,208.68</b>	<b>\$ 185,019.12</b>	<b>\$ 194,270.07</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.13. Mercado Meta Mensual

**Cuadro N.- 30: Mercado Meta Mensual**

No	Período	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha	Mercado Meta 20%	Mercado Meta Mensual
1.0	2014	31915.0	9,624	22,291	4458.2	372
2.0	2015	32743.0	10,356	22,387	4477.4	373
3	2016	33,595	11,100	22,495	4499	375
4	2017	34,465	11,844	22,621	4524.2	377
5	2018	35,365	12,576	22,789	4557.8	380

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.14. Estado de Resultado

**Cuadro N.- 31: Estado de Resultado**

ESTADO DE RESULTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	\$ 159,826.47	\$ 167,817.79	\$ 176,208.68	\$ 185,019.12	\$ 194,270.07
(-)COSTO DE PRODUCCION	\$ 5,221.26	\$ 5,482.32	\$ 5,756.44	\$ 6,044.26	\$ 6,346.47
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 154,605.21</b>	<b>\$ 162,335.47</b>	<b>\$ 170,452.24</b>	<b>\$ 178,974.86</b>	<b>\$ 187,923.60</b>
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 111,591.56	\$ 117,171.14	\$ 123,029.69	\$ 129,181.18	\$ 135,640.24
(-)GASTOS GENERALES	\$ 14,263.81	\$ 14,425.81	\$ 14,910.91	\$ 14,873.66	\$ 15,408.48
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 3,240.00	\$ 3,402.00	\$ 3,572.10	\$ 3,750.71	\$ 3,938.24
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 25,509.84</b>	<b>\$ 27,336.52</b>	<b>\$ 28,939.54</b>	<b>\$ 31,169.32</b>	<b>\$ 32,936.64</b>
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,672.19	\$ 1,304.00	\$ 935.81	\$ 567.62	\$ 199.44
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.</b>	<b>\$ 23,837.65</b>	<b>\$ 26,032.52</b>	<b>\$ 28,003.72</b>	<b>\$ 30,601.69</b>	<b>\$ 32,737.21</b>
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ 3,575.65	\$ 3,904.88	\$ 4,200.56	\$ 4,590.25	\$ 4,910.58
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 20,262.00</b>	<b>\$ 22,127.64</b>	<b>\$ 23,803.17</b>	<b>\$ 26,011.44</b>	<b>\$ 27,826.63</b>
IMPUESTO	\$ 5,065.50	\$ 5,531.91	\$ 5,950.79	\$ 6,502.86	\$ 6,956.66
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15,196.50</b>	<b>\$ 16,595.73</b>	<b>\$ 17,852.37</b>	<b>\$ 19,508.58</b>	<b>\$ 20,869.97</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.15. Índices Financiero

**Cuadro N.- 32: Índices Financiero**

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-\$ 43,832.00	\$ 21,592.50	\$ 22,308.54	\$ 23,181.25	\$ 23,906.12	\$ 24,881.95
Flujos descontados y traídos a valor Presente	-\$ 43,832.00	\$ 16,609.62	\$ 13,200.32	\$ 10,551.32	\$ 8,370.20	\$ 6,701.43

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.16. Tasa de Descuento

**Cuadro N.- 33: Tasa de Descuento**

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	30.00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.17. Tasa de Rendimiento

**Cuadro N.- 34 Tasa de Descuento**

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	\$ 115,870.37
AÑOS	5
SUMATORIA DE FLUJOS DESCONTADOS	\$ 55,432.89
INVERSIÓN INICIAL	\$ 43,832.00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	52.87%
INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN	\$ 1.26
RENDIMIENTO REAL	26.47
TASA INTERNA DE RETORNO	42.98%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Es la acumulación de todas las utilidades que se podrán alcanzar hasta después de 5 años de operaciones.

Es la acumulación de todas las utilidades en valor presente que se podrán lograr por 5 años de operaciones.

Es el desembolso total que se hace por la adquisición de todos los activos necesarios para el inicio de la empresa.

Año por año se recuperará en promedio el 43,832.00 de la inversión inicial o cada año retornará lo correspondiente al 52.87 % en promedio de lo que corresponde a la inversión inicial del total de inversión se obtiene 1,26 veces más por flujos futuros traídos a valor presente, por cada dólar de inversión inicial se obtiene \$ 26.47 dólares de recuperación futura de todo lo que se invirtió inicialmente, se obtendrá el 42,98 % de rentabilidad.

#### 4.3.18. VAN y TIR

**Cuadro N.- 35: VAN y TIR**

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		\$ 55,432.89
VAN	<b>POSITIVO</b>	\$ 11,600.89
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	\$ 4.78
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	\$ 377.83
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>42.98%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.19. Flujo de Caja Proyectado

**Cuadro N.- 36: Flujo de Caja Proyectado**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		\$ 159,826.47	\$ 167,817.79	\$ 176,208.68	\$ 185,019.12	\$ 194,270.07
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>\$ 159,826.47</b>	<b>\$ 167,817.79</b>	<b>\$ 176,208.68</b>	<b>\$ 185,019.12</b>	<b>\$ 194,270.07</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERSION INICIAL	\$ 43,832.00					
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		\$ 111,591.56	\$ 117,171.14	\$ 123,029.69	\$ 129,181.18	\$ 135,640.24
GASTO DE VENTAS		\$ 3,240.00	\$ 3,402.00	\$ 3,572.10	\$ 3,750.71	\$ 3,938.24
GASTOS GENERALES		\$ 9,540.00	\$ 10,017.00	\$ 10,517.85	\$ 11,043.74	\$ 11,595.93
COSTOS DE VENTAS		\$ 5,221.26	\$ 5,482.32	\$ 5,756.44	\$ 6,044.26	\$ 6,346.47
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		\$ 3,575.65	\$ 3,904.88	\$ 4,200.56	\$ 4,590.25	\$ 4,910.58
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$ 5,065.50	\$ 5,531.91	\$ 5,950.79	\$ 6,502.86	\$ 6,956.66
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 43,832.00</b>	<b>\$ 138,233.97</b>	<b>\$ 145,509.25</b>	<b>\$ 153,027.43</b>	<b>\$ 161,113.00</b>	<b>\$ 169,388.12</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-\$ 43,832.00</b>	<b>\$ 21,592.50</b>	<b>\$ 22,308.54</b>	<b>\$ 23,181.25</b>	<b>\$ 23,906.12</b>	<b>\$ 24,881.95</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	\$ 13,149.60					
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>\$ 13,149.60</b>					
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
<b>INVERSIONES</b>						
PAGO DE CAPITAL		\$ 2,629.92	\$ 2,629.92	\$ 2,629.92	\$ 2,629.92	\$ 2,629.92
PAGO DE INTERESES		\$ 1,672.19	\$ 1,304.00	\$ 935.81	\$ 567.62	\$ 199.44
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 4,302.11</b>	<b>\$ 3,933.92</b>	<b>\$ 3,565.73</b>	<b>\$ 3,197.54</b>	<b>\$ 2,829.36</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>\$ 13,149.60</b>	<b>-\$ 4,302.11</b>	<b>-\$ 3,933.92</b>	<b>-\$ 3,565.73</b>	<b>-\$ 3,197.54</b>	<b>-\$ 2,829.36</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$ 30,682.40</b>	<b>\$ 17,290.39</b>	<b>\$ 18,374.62</b>	<b>\$ 19,615.52</b>	<b>\$ 20,708.57</b>	<b>\$ 22,052.60</b>
SALDO INICIAL	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 32,290.39	\$ 50,665.01	\$ 70,280.53	\$ 90,989.10
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 15,000.00</b>	<b>\$ 32,290.39</b>	<b>\$ 50,665.01</b>	<b>\$ 70,280.53</b>	<b>\$ 90,989.10</b>	<b>\$ 113,041.70</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.20. Balance General

**Cuadro N.- 37: Balance General**

<b>DETALLE BALANCE GENERAL</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>CUENTAS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	\$ 15,000.00	\$32,290.39	\$50,665.01	\$70,280.53	\$ 90,989.10	\$113,041.70
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 15,000.00	\$ 32,290.39	\$ 50,665.01	\$ 70,280.53	\$ 90,989.10	\$ 113,041.70
ACTIVOS FIJOS	\$ 28,832.00	\$ 28,832.00	\$ 28,832.00	\$ 28,832.00	\$ 28,832.00	\$ 28,832.00
DEPRECIAC. ACUMULADA		\$ 4,723.81	\$ 9,447.62	\$14,171.44	\$ 18,348.64	\$ 22,525.84
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	\$ 28,832.00	\$ 24,108.19	\$ 19,384.38	\$ 14,660.56	\$ 10,483.36	\$ 6,306.16
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u>\$ 43,832.00</u>	<u>\$ 56,398.58</u>	<u>\$ 70,049.39</u>	<u>\$ 84,941.09</u>	<u>\$ 101,472.47</u>	<u>\$ 119,347.86</u>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	\$ 13,149.60	\$10,519.68	\$ 7,889.76	\$ 5,259.84	\$ 2,629.92	\$ -
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR						
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR						
<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 13,149.60	\$ 10,519.68	\$ 7,889.76	\$ 5,259.84	\$ 2,629.92	\$ -
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	\$ 30,682.40	\$ 30,682.40	\$ 30,682.40	\$ 30,682.40	\$ 30,682.40	\$ 30,682.40
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 15,196.50	\$ 16,595.73	\$ 17,852.37	\$ 19,508.58	\$ 20,869.97
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			\$ 15,196.50	\$ 31,792.23	\$ 49,644.60	\$ 69,153.18
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 30,682.40	\$ 45,878.90	\$ 62,474.63	\$ 80,327.00	\$ 99,835.58	\$ 120,705.55
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u>\$ 43,832.00</u>	<u>\$ 56,398.58</u>	<u>\$ 70,364.39</u>	<u>\$ 85,586.84</u>	<u>\$ 102,465.50</u>	<u>\$ 120,705.55</u>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

En este Estudio se analizaron las variables sobre la factibilidad de mercado, Técnico y Económico \_ Financiera sobre la creación de un Centro de Amaestramiento y Domesticación de Mascota en el Cantón Quevedo. Las conclusiones Fueron las siguientes:

En el Estudio de Mercado se pudo determinar que el Proyecto fue Factible, ya que mediante la investigación se pudo comprobar que existe una demanda insatisfecha sobre este tipo de servicio.

En el Estudio Técnico, se determinó que la creación de la empresa de la mascota seria en la Ciudad de Quevedo Parroquia San Camilo en una extensión de 80m<sup>2</sup> para responder a la demanda.

En el Estudio Económico, Permitió establecer los Ingresos y Egreso en cada año de proyección y determinar la utilidad del Proyecto.

Se concluye en la Investigación Financiera que el VAN es mayor que cero y la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

Se recomienda la creación de la Empresa de Amaestramiento y Domesticación de mascotas para el año 2014, debido a que los resultados de los Estudio de mercado, Técnico, Económico y Financiero, fueron muy favorables.

Se recomienda a futuro el uso de herramientas de marketing, para aumentar la capacidad estimada de la empresa y por ende aumentar la demanda.

De acuerdo a la evolución de mercado se recomienda incorporar el servicio de atención a domicilio.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Bibliografía

- Baca. (2010). Evaluacion de Proyectos. En Baca, *Evaluacion de Proyectos*. Mexico, D.f: McGraw-Hill.
- Cordoba, M. (2013). *Formulacion y Elaboracion de Proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Flor, G. (2012). *Guia para elaborar planes de negocios*. Quito: Ecuador.
- Florez, J. (2012). *Plan de Negocio*. Bogota, Colombia: Ediciones de la U.
- Garcia, G. (2011). *Guia para crear y desarrollar su propia empresa*. Quito-Ecuador: Editorial Ecuador.
- Lucio, E. (2010). *Tecnicas de marketing* . Bogotá: Ideaspropias.
- Marin, Q. (2012). *Como Hacer Un Plan De Marketing*. Quito-Ecuador: El comercio S.A.
- Meza, J. (2010). *Evaluacion financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Miranda, J. (2012). *Gestion de proyectos* . Bogotá: MMeditores.
- Morales. (2009). *Proyectos de Inversion*. Mexico,D.F.: McGraw-Hill.
- Sapag, N. &. (2008). *Preparacion y evaluacion de proyectos* . Mexico: McGraw-Hill Interamericana S.A.

## ANEXO 1



### UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA EN GESTION EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a la familia del cantón Quevedo, para determinar el grado de aceptación sobre la creación de un centro de amaestramiento y Domesticación para mascotas.

**1. ¿Tiene perros o gatos como mascotas?**

SI ( ) NO ( ) Perros ( ) Gatos ( )

Si la respuesta es NO, gracias por su colaboración, finaliza la encuesta.

**2. ¿Son de raza pura sus perros o gatos?**

SI ( ) NO ( )

Raza.....

**3. ¿Cree usted que es de vital importancia mantener con un buen aspecto físico y emocional a su mascota?**

Si ( ) NO ( )

¿Porqué?.....

.....

**4. ¿Qué servicios usa actualmente para el cuidado de su mascota?**

Veterinario ( ) Peluquería y limpieza ( ) Adiestramiento ( )

Hotel ( ) Otras

(Especifique).....

**5.- Conoce los servicios que ofrece un Spa para mascotas**

Si ( ) No ( )

**6- Alguna vez ha visitado un Spa o un lugar donde su mascota sea atendida como se lo merece.**

Si ( ) No ( )

**7.- Llevaría a su mascota al Spa para cuidar de su salud tanto física como emocional**

Si ( ) No ( )

**8. Que aspectos considera usted de mayor importancia para ir a un centro Spa para mascotas**

Precios ( )      Horarios ( )      Ubicación ( )      Instalación y equipo ( )  
Capacitación de personal ( )      Variedad de servicio ( )      Higiene del lugar ( )  
Servicio a domicilio ( )      Otros ( )

**9.-¿Con qué frecuencia llevaría a su mascota al centro de limpieza, belleza y relajación?**

QUINCENAL \_\_\_\_\_ MENSUAL \_\_\_\_\_ TRIMESTRAL \_\_\_\_\_  
SEMESTRAL \_\_\_\_\_ ANUAL \_\_\_\_\_ NUNCA \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por los servicios prestados a sus mascotas:**

**Amaestramiento y Relajación para mascotas (considere el tamaño de su mascota)**

De \$15 a \$25 ( )      De \$26 a \$35 ( )  
De \$36 a \$45 ( )      De \$46 en adelante ( )

**Amaestramiento y Relajación para mascotas (considere el tamaño de su mascota)**

De \$25 a \$35 ( )      De \$46 a \$55 ( )  
De \$36 a \$45 ( )      De \$56 en adelante ( )

**11.- ¿Cuál de los siguientes servicios tendría preferencia al momento de visitar el CENTRO DE AMESTRAMIENTO Y RELAJACIÓN para mascotas? (Señale una sola opción)**

Limpieza y peluquería ( )      Masajes ( )  
Hidroterapia ( )      Entretenimiento ( )

**12.- ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Quevedo un centro de Amaestramiento y Relajación para Mascotas?**

SI ( )      NO ( )

## ANEXO 2



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO  
FACULTAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA EN GESTION EMPRESARIAL

### IMÁGENES DEL CENTRO DE AMAESTRAMIENTO Y DOMESTICACION DE MASCOTAS



