



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Trabajo De Titulación

Previo a la obtención del título de:

Licenciado/a en Administración de Empresas

TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

Autor:

Danna Elizabeth Cedeño Barreiro.

Tutor:

Eco. Francisco Isaac Verduga Vélez.

Portoviejo - Manabí – Ecuador

2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Eco. FRANCISCO ISAAC VERDUGA VÉLEZ, en calidad de Tutor del Proyecto de Titulación, certifico que el/la egresado/a DANNA ELIZABETH CEDEÑO BARREIRO, autor del Proyecto de Titulación denominado “Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo”, ha elaborado el mismo, siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Eco. Francisco Isaac Verduga Vélez

Tutor Del Trabajo de Titulación

CERTIFICADO DE TRIBUNAL

El trabajo de titulación denominado “Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo”, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño

Coordinadora de Carrera

Eco. Francisco Isaac Verduga Vélez

Tutor Trabajo Titulación

Ing. Andrea Lisette Ruiz Velez

Miembro de Tribunal

Ing. Martha Yadira García Briones

Miembro de Tribunal

DECLARACIÓN DE AUTOR

Danna Elizabeth Cedeño Barreiro, autor del trabajo de titulación denominado “Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo”, declaro que el mismo es de mi completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de mi entera responsabilidad el contenido integro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Danna Elizabeth Cedeño Barreiro

Egresado/a de la carrera de Administración de empresas

Agradecimiento

Expreso mi agradecimiento a mi hermana, la cual me brindó la oportunidad de terminar la carrera, y ha sido de gran ayuda con su apoyo en momentos difíciles.

Agradezco también a mis profesores que en muchas ocasiones se mostraron muy comprensivos ya sean con los tiempos o las explicaciones dadas en clases, siendo de apoyo en el aprendizaje.

A cada una de estas partes claves en mi viaje académico, les debo un profundo reconocimiento, ya que, sin su apoyo y orientación, este proyecto no habría sido posible.

Con sincera gratitud,

Danna Cedeño

Dedicatoria

En este viaje de descubrimientos constantes y aprendizaje, le dedico este proyecto de investigación como un gesto de gratitud por su constante apoyo y aliento a mi hermana, quien ha estado presente en los momentos más desafiantes y me ha brindado su ayuda como guía en mi camino sirviéndome de inspiración.

También se lo dedico a las personas fieles que me han brindado su ayuda cuando más lo he necesitado, con las que he tejido lazos de familia a pesar de no compartir la misma sangre.

Y a mi perro, que, a pesar de no saber leer, lo llevo siempre en mi corazón siendo una fuente de inspiración y apoyo emocional en todo este proceso.

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo llevar a cabo un estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo, en la que, en la actualidad no cuenta con ningún centro de este tipo que se encuentre abierto al público objetivo, que son dueños de perros, principalmente personas jóvenes de entre 18 a 25 años, para determinar el mercado potencial fue requerida una metodología inductiva en la que se observaron situaciones que tienden a ser un problema en la sociedad, ya que los perros en muchas ocasiones no son capaces de interactuar correctamente con el entorno, también se aplica un método analítico, en el que se ha realizado un análisis de los datos obtenidos y consiguientemente se han interpretado para alcanzar los resultados, estos mismos datos se han estructurado con el método estadístico, para la mejor comprensión de los resultados. Se espera con el centro de adiestramiento satisfacer la demanda creciente en servicios de calidad en este mercado no explotado. Además, se busca explorar el potencial de implementar tecnología especializada para el adiestramiento en el centro, con el fin de mejorar los procesos de adiestramiento. Se están identificando las necesidades de infraestructura física requeridas y se establezca un organigrama administrativo clara, que garantice una gestión eficiente de las operaciones. Siendo el conjunto de estos aspectos los que proporcionen una visión integral que permitirá planificar y ejecutar la implementación del centro de adiestramiento canino en la ciudad de manera efectiva. Finalmente se llegó a la conclusión de que en la ciudad de Portoviejo existe una demanda insatisfecha que puede aprovecharse y va en crecimiento, asimismo lo más conveniente es establecer la empresa como Sociedad Anónima, permitiendo la integración de accionistas o socios.

Palabras claves: adiestramiento canino, calidad, prefactibilidad, servicio.

Abstract

This project aims to carry out a pre-feasibility study for the implementation of a dog training center in the city of Portoviejo, which currently does not have any center of this type that is open to the target public, which are dog owners, mainly young people between 18 and 25 years old. To determine the potential market, an inductive methodology was required in which situations that tend to be a problem in society were observed, since dogs are often not able to interact correctly with the environment, an analytical method is also applied, in which an analysis of the data obtained has been carried out and consequently they have been interpreted to achieve the results. These same data have been structured using the statistical method, for a better understanding of the results. The training center is expected to meet the growing demand for quality services in this untapped market. In addition, it seeks to explore the potential of implementing specialized technology for training in the center, in order to improve training processes. The required physical infrastructure needs are being identified and a clear administrative organization chart is being established, which ensures efficient management of operations. The set of these aspects will provide a comprehensive vision that will allow the implementation of the dog training center in the city to be effectively planned and executed. Finally, it was concluded that in the city of Portoviejo there is an unsatisfied demand that can be taken advantage of and is growing, also the most convenient thing is to establish the company as a Public Limited Company, allowing the integration of shareholders or partners.

Key words: dog training, quality, prefeasibility, service.

Tabla de contenido

<i>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</i>	<i>II</i>
<i>CERTIFICADO DE TRIBUNAL</i>	<i>III</i>
<i>DECLARACIÓN DE AUTOR</i>	<i>IV</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>V</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>VI</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>VII</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>VIII</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
<i>CAPÍTULO I</i>	<i>1</i>
<i>1. GENERALIDADES</i>	<i>1</i>
<i>1.1. PROBLEMA</i>	<i>1</i>
<i>1.2. TEMA</i>	<i>1</i>
<i>1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA</i>	<i>1</i>
<i>1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	<i>4</i>
<i>1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</i>	<i>5</i>
<i>1.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</i>	<i>5</i>
<i>1.7. OBJETIVOS</i>	<i>6</i>
<i>1.7.1. OBJETIVO GENERAL</i>	<i>6</i>
<i>1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	<i>6</i>
<i>1.8. JUSTIFICACIÓN</i>	<i>7</i>
<i>CAPÍTULO II</i>	<i>12</i>

2. CONTEXTUALIZACIÓN	12
2.1. MARCO TEÓRICO	12
2.1.1. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	12
2.1.2. ESTUDIO DE MERCADO	13
2.1.3. OFERTA Y DEMANDA	14
2.1.4. ESTUDIO TÉCNICO	15
2.1.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	15
2.1.6. ESTUDIO LEGAL	16
2.1.7. ESTUDIO FINANCIERO	17
2.1.8. PROYECTOS DE INVERSIÓN	19
2.1.9. ADIESTRAMIENTO CANINO	20
2.2. MARCO CONCEPTUAL	21
2.2.1. GESTIÓN ADMINISTRATIVA	21
2.2.2. CLIENTE	22
2.2.3. ORGANIZACIÓN	22
2.2.4. PLANIFICACIÓN	22
2.2.5. DIRECCIÓN	22
2.2.6. SERVICIO	22
2.2.7. CALIDAD	23
2.2.8. PRECIO	23
2.2.9. PLAZA	23
2.2.10. PROMOCIÓN	23
2.2.11. INVERSIÓN	23

2.2.12.	<i>RENTABILIDAD</i>	24
2.2.13.	<i>RIESGOS</i>	24
2.3.	<i>MARCO LEGAL</i>	24
2.4.	<i>MARCO AMBIENTAL</i>	26
2.5.	<i>VARIABLES</i>	27
2.5.1.	<i>VARIABLE INDEPENDIENTE</i>	27
2.5.2.	<i>VARIABLE DEPENDIENTE</i>	27
2.6.	<i>OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</i>	28
<i>CAPÍTULO III</i>		30
3.	<i>MARCO METODOLÓGICO</i>	30
3.1.	<i>PLAN DE INVESTIGACIÓN</i>	30
3.2.	<i>TIPOS DE INVESTIGACIÓN</i>	31
3.3.	<i>MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN</i>	32
3.3.1.	<i>MÉTODO INDUCTIVO</i>	32
3.3.2.	<i>MÉTODO ANALÍTICO</i>	32
3.3.3.	<i>MÉTODO ESTADÍSTICO</i>	33
3.4.	<i>MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN</i>	33
3.4.1.	<i>MODALIDAD DE CAMPO</i>	33
3.4.2.	<i>MODALIDAD BIBLIOGRÁFICA</i>	33
3.5.	<i>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</i>	34
3.6.	<i>POBLACIÓN Y MUESTRA</i>	34
3.7.	<i>TAMAÑO DE LA MUESTRA</i>	34
<i>CAPÍTULO IV</i>		35

4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO	35
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	35
4.2. ENCUESTA	35
4.3. ENTREVISTA	49
4.4. ESTUDIO DE MERCADO	50
4.4.1. MICRO-AMBIENTE	50
4.4.2. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	51
4.4.3. PROVEEDORES	51
4.4.4. COMPETIDORES	52
4.4.5. MACRO-AMBIENTE	52
4.4.6. POLÍTICO	53
4.4.7. ECONÓMICO	53
4.4.8. SOCIAL	54
4.4.9. DEMANDA	54
4.4.10. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL	55
4.4.11. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	55
4.5. MARKETING MIX	56
4.5.1. SERVICIO	56
4.5.2. LOGO	57
4.5.3. PRECIO	57
4.5.4. PROMOCIÓN	58
4.5.5. PLAZA	58
4.6. ESTUDIO TÉCNICO	58

4.6.1.	<i>TAMAÑO DEL PROYECTO</i>	59
4.6.2.	<i>INGRESOS POR SERVICIOS</i>	59
4.6.3.	<i>DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO DEL ESTABLECIMIENTO</i>	60
4.6.4.	<i>LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</i>	61
4.6.5.	<i>INGENIERÍA DEL PROYECTO</i>	64
4.6.6.	<i>MANO DE OBRA</i>	70
4.7.	<i>ESTUDIO ADMINISTRATIVO</i>	71
4.7.1.	<i>F.O.D.A.</i>	71
4.7.2.	<i>MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS</i>	72
4.7.3.	<i>ORGANIGRAMA</i>	73
4.8.	<i>ESTUDIO LEGAL</i>	74
4.8.1.	<i>TIPO DE EMPRESA</i>	75
	<i>CONCLUSIONES</i>	82
	<i>CAPÍTULO V</i>	84
5.	<i>PROPUESTA</i>	84
5.1.	<i>TÍTULO DE LA PROPUESTA</i>	84
5.2.	<i>AUTORES DE LA PROPUESTA</i>	84
5.3.	<i>ÁREA QUE CUBRE LA PROPUESTA</i>	84
5.4.	<i>FECHA DE PRESENTACIÓN</i>	84
5.5.	<i>FECHA DE TERMINACIÓN</i>	84
5.6.	<i>DURACIÓN DEL PROYECTO</i>	84
5.7.	<i>PARTICIPANTES DEL PROYECTO</i>	84
5.8.	<i>OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA</i>	85

5.9. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	85
5.10. BENEFICIOS DIRECTOS	85
5.11. BENEFICIOS INDIRECTOS	85
5.12. IMPACTO DE LA PROPUESTA.....	85
5.13. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	86
5.14. RATIOS FINANCIEROS.....	106
5.14.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	106
5.14.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	107
5.14.3. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.....	107
5.15. INDICADORES O RATIOS FINANCIEROS.....	108
APÉNDICE	115
APÉNDICE A: PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	115
APÉNDICE B: PRÉSTAMO BANCARIO SIMULADO.....	119

Índice de tablas

Tabla 1 variable independiente: estudio de prefactibilidad	28
Tabla 2 variable dependiente: centro de adiestramiento canino	29
Tabla 3 Conocimiento demográfico: edades	35
tabla 4 conocimiento demográfico: ingresos	37
Tabla 5 canales de distribución en redes	38
Tabla 6 conocimiento del problema	39
Tabla 7 conocimiento de problema: demanda de mercado	40
Tabla 8 conocimiento de la oferta	41
Tabla 9 conocimiento del problema demanda del servicio	42
Tabla 10 conocimiento del mercado	43
Tabla 11 valoración de un servicio de adiestramiento	44
Tabla 12 viabilidad y participación	45
Tabla 13 accesibilidad y preferencias de servicio	46
Tabla 14 necesidades y preferencias de la demanda	47
Tabla 15 viabilidad financiera	48
Tabla 16 principales proveedores	51
Tabla 17 demanda actual estimada	55
Tabla 18 estimación de demanda insatisfecha	55
Tabla 19: precio de los servicios	57
Tabla 20 macro localización	62
Tabla 21 micro localización	63
Tabla 22 maquinarias y equipos del proceso productivo	68
Tabla 23 materiales e insumos del proceso productivos	69
Tabla 24 Costos y gastos mano de obra	70
Tabla 25 tipo de empresa: sociedad anónima (Ley de Compañías, 2017)	75
Tabla 26 descripción de la tasa (Banco Pichincha, 2024)	86
Tabla 27 cantidad mensual y anual de proyección de ingresos	87
Tabla 28 proyección de ingresos en USD	88
Tabla 29 costos y gastos de la materia prima directa mensual	89
Tabla 30 remuneración	90
Tabla 31 gasto mensual de mano de obra	91
Tabla 32 gasto servicios básicos mensual	91
Tabla 33 transporte y publicidad	92
Tabla 34 gasto de depreciación mensual	92
Tabla 35 estados de costos de producción proyectados	93
Tabla 36 gastos totales	94
Tabla 37 depreciación y amortización	95
Tabla 38 inversión de la propuesta	96
Tabla 39 capital de trabajo	97
Tabla 40 estructura de costo total	97
Tabla 41 financiamiento	98
Tabla 42 financiamiento en participación	99
Tabla 43 inversión y financiamiento	100
Tabla 44 resumen de la tabla de amortización	101
Tabla 45 Estado de situación financiero	102
Tabla 46 Estado de Resultados	103
Tabla 47 Flujo de Efectivo	104
Tabla 49 punto de nivelación anual servicio 1	105
Tabla 50 punto de nivelación anual servicio 2	105
Tabla 51 punto de nivelación anual servicio 3	105

<i>Tabla 52 punto de equilibrio</i>	105
<i>Tabla 48 Estado de Evaluación Financiera</i>	106

Lista de figuras

<i>Figura 1 conocimiento demografico: edades</i>	36
<i>Figura 2 conocimiento demográfico: ingresos</i>	37
<i>Figura 3 canales de distribución en redes</i>	38
<i>Figura 4 conocimiento del problema</i>	39
<i>Figura 5 conocimiento del problema demanda de mercado</i>	40
<i>Figura 6 conocimiento de la oferta</i>	41
<i>Figura 7 conocimiento del problema demanda del servicio</i>	42
<i>Figura 8 conocimiento del mercado</i>	43
<i>Figura 9 valoración de un servicio de adiestramiento</i>	44
<i>Figura 10 viabilidad y participación</i>	45
<i>Figura 11 accesibilidad y preferencias del servicio</i>	46
<i>Figura 12 necesidades y preferencias de la demanda</i>	47
<i>Figura 13 viabilidad financiera</i>	48
<i>Figura 14 mapa de empatía</i>	49
<i>Figura 15 logotipo</i>	57
<i>Figura 16 esquema grafico de la distribución del centro de adiestramiento canino</i>	61
<i>Figura 17 flujograma de proceso</i>	65
<i>Figura 18 organigrama</i>	73
<i>Figura 19 Amortización simulada del préstamo a 3 años con Banco Pichincha</i>	119

Introducción

En el contexto actual, la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo se presenta como una iniciativa de gran relevancia y pertinencia. Siendo que su importancia radica en la creciente necesidad de promover el bienestar y la convivencia armónica entre las mascotas y la comunidad, así como, en el potencial impacto positivo en la cultura que puede tener el desarrollo económico y social en esta área. En este sentido, es fundamental comprender el concepto de factibilidad y su relación con la viabilidad de proyectos de inversión como este. Siendo la factibilidad la disponibilidad de los recursos necesarios para el alcance de objetivos y metas propuestas, representando el estudio de prefactibilidad un análisis preliminar de una idea para determinar su viabilidad y su potencial transformación en un proyecto concreto. Esto implica considerar diversas variables y aspectos centrales de la idea para evaluar su factibilidad como lo son el estudio del mercado, las bases legales, el origen de la inversión, entre otros aspectos.

Por otro lado, aún con un contexto más específico de la implementación de este tipo de empresa, es crucial identificar el problema existente relacionado con la falta de servicios especializados para el adiestramiento y manejo de mascotas en la ciudad de Portoviejo. El enfoque adoptado para resolver este problema se centra en la creación de una institución que ofrezca servicios de calidad, basados en técnicas modernas y respetuosas con el can, así como la promoción de la cultura de la convivencia responsable entre las mascotas y la comunidad. En este sentido, el estudio de la prefactibilidad del proyecto se propone como un instrumento integral para abordar los objetivos mencionados anteriormente. A través de un análisis de la demanda existente del mercado local, se podrá determinar las necesidades y la viabilidad de ofrecer servicios de adiestramiento canino en la ciudad. Además, se explotará el potencial de

implementar tecnologías especializadas para los servicios ofertados para mejorar la experiencia tanto de los propietarios como de las mascotas.

Asimismo, se identificará la infraestructura física necesaria para albergar las instalaciones técnicas de la empresa, asegurando que cumpla con los estándares de seguridad y comodidad requeridos para el adecuado desarrollo de las actividades de adiestramiento. En términos administrativos, se establecerá un organigrama que defina claramente las funciones y responsabilidades del personal, garantizando una gestión eficiente y efectiva. Por último, es de importancia la realización de una evaluación financiera detallada para determinar la viabilidad económica del proyecto y facilitar la toma de decisiones en cuanto a la inversión o posibles estrategias de promoción o servicio. Siendo el conjunto de estos objetivos, la guía para el desarrollo del estudio de prefactibilidad, proporcionando una base sólida para la planificación y ejecución de la empresa. De esta manera los capítulos se pueden resumir en:

- Capítulo I: en este capítulo se presentan aspectos como la identificación del problema, los antecedentes del problema, así como el establecimiento del tema de investigación, junto a la delimitación del problema, los objetivos y la justificación.
- Capítulo II: se desarrollan aspectos más teóricos como los marcos teórico, conceptual, legal, ambiental y el desarrollo de las variables independiente y dependiente.
- Capítulo III: en este capítulo se toman en cuenta los aspectos metodológicos del proyecto, como lo son los métodos, técnicas, herramienta e instrumentos utilizados en el desarrollo.
- Capítulo IV: este cuenta con los resultados e interpretación y análisis de estos, así como el desarrollo del estudio del mercado, estudio técnico, administrativo y financiero.
- Capítulo V: en este capítulo se cuentan los datos de los aspectos financieros como estados proyectados y reportes financieros aproximados.

CAPÍTULO I

1. Generalidades

1.1. Problema

Inexistencia de un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

1.2. Tema

Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

1.3. Antecedentes del problema

En la ciudad de Portoviejo se presenta una falta de centros especializados en el adiestramiento canino, lo que ha derivado en una existencia de entrenadores particulares. Siendo que muchas de estas personas no cuentan con el conocimiento o verdadera experiencia en el campo, lo que ha incitado un trato inadecuado en la enseñanza de los canes. Estos tipos de entrenamiento han provocado que los caninos desarrollen conductas indeseadas, como el afrontar de manera adecuada los castigos, o que el perro se vuelva ansioso. Esto ha desencadenado en que exista una demanda importante de centros de adiestramiento canino por parte de una cantidad de habitantes que cuentan con mascotas, pero no haya ofertantes de estos servicios que sean certificados.

En la actualidad, en la ciudad de Portoviejo existe adiestradores profesionales principalmente militares, los cuales generalmente trabajan para el mismo ejército en adiestramiento para perros que apoyen a la milicia. De igual manera, la cultura de cuidado y respeto hacia los animalitos ha crecido en gran medida por parte de los ciudadanos Portovejenses, por lo que, de misma forma, ha incrementado la demanda hacia el adiestramiento profesional de estos.

Asimismo, se ha presentado en la actualidad un problema muy común al entrenar por uno mismo a las mascotas, lo que puede acabar en el no tomar en cuenta los instintos naturales con los que cuentan, o el humanizarlos de manera que no aprenden conductas adecuadas, volviéndose un inconveniente al momento en que socialicen con otros animales o personas. Por otra parte, la mayoría de estas conductas negativas que puede tener las mascotas tienen una solución que puede darse en semanas o algunos meses si es que se recibe ayuda de un profesional en el adiestramiento o entrenamiento de los caninos. Recordando lo anterior en base a esto, las personas tienden a pensar que este tipo de conductas negativas de sus mascotas pueden solucionarlas por ellos mismos.

1.4. Planteamiento del problema

A nivel global, por ejemplo, en Chile se ha presenciado un incremento de la importancia que le dan las personas a la tenencia responsable de mascotas, entre ellas perros, a su vez, se reflejan aspectos como la humanización de estos, lo que genera un problema de conducta por parte de las mascotas, como por ejemplo que desarrollen ansiedad, apego no sano hacia los dueños, agresividad hacia otros animales o personas, entre otros problemas. A pesar de que se le dan relevancia a diversos aspectos del bienestar de las mascotas como lo es la salud óptima, la alimentación o en general para mejorar la calidad de vida; el entrenamiento óptimo también es de importancia para que los perros tengan un comportamiento apropiado con su entorno, sin dejar de lado su esencia como parte de la familia (Gallardo, 2008).

De misma manera, a nivel del Ecuador, en el cantón Milagro en la provincia del Guayas demuestra un alto índice de despreocupación por sus mascotas al igual que maltrato físico a sus canes, incidiendo en un problema de conducta debido al desconocimiento del carácter, inteligencia y habilidades por parte de sus dueños. La desinformación de las personas hacia el bienestar de sus mascotas o animales en general han provocado infelicidad, desobediencia y malestar. Por lo tanto, en muchos casos las personas buscan entrenadores

que en muchas ocasiones no cuentan con entrenamiento o experiencia profesional en el adiestramiento de mascotas o, por otra parte, no se encuentran informados de centros de adiestramiento caninos que sean cercanos a su zona o se encuentren dentro de la ciudad en las que residen los dueños. Lo que tiende a que en muchas ocasiones se evite ingresar a sus mascotas para ser entrenadas por la lejanía, malas referencias, el poco presupuesto de los dueños, entre otras razones (Aldaz y Garzón, 2012).

En lo que respecta a la ciudad de Portoviejo, se ven presentados inconvenientes como la falta de información sobre los entrenadores caninos, los cuales en muchas ocasiones pueden no contar con las regulaciones legales, o los precios no son tan asequibles incluso existen personas con pocos conocimientos sobre el adiestramiento hacia los perros que pueden empeorar la conducta de estos.

1.5. Formulación del problema

¿De qué manera incide el estudio de prefactibilidad para la creación del centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?

1.6. Delimitación del problema

- Campo: Administrativo.
- Área: estudio de pre factibilidad
- Aspecto: Centro de adiestramiento canino.
- Problema: Inexistencia de un estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.
- Tema: Estudio de pre factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.
- Delimitación Espacial: la investigación se efectuará en la ciudad de Portoviejo en la provincia de Manabí.

- Delimitación Temporal: el periodo en el cual se efectuará la investigación será de mayo 2023 hasta marzo 2024.
- Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Elaborar el estudio de prefactibilidad para la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

1.7.2. Objetivos específicos

- Establecer la demanda de mercado para determinar la oferta de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo
- Conocer el mercado potencial para la instalación tecnológica de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.
- Determinar la infraestructura física para las instalaciones técnicas del centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.
- Establecer el organigrama administrativo que se requiere para el funcionamiento de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo
- Determinar el presupuesto financiero para la elección de posibles inversiones de un centro adiestramiento canino de la ciudad de Portoviejo.

1.8. Justificación

El estudio de prefactibilidad busca determinar si el mercado del cuidado y respeto hacia las mascotas puede expandirse hacia la creación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo. Considerando que este mercado presenta una inversión cada vez más grande por parte de los dueños, los cuales buscan en gran medida el bienestar de sus mascotas. De misma forma, la poca existencia de un centro de entrenamiento de perros que sea especializado en la zona lo que hace que sea un negocio poco explotado en la ciudad. De misma manera, la investigación resulta relevante para que sea posible implementar en la ciudad de Portoviejo este tipo de servicios hacia las mascotas caninas, el cual puede ser un mercado que en un futuro sea aún más requerido gracias a la evolución de la cultura del cuidado animal que está cambiando poco a poco hacia una mayor consciencia de las necesidades puntuales de las mascotas y sus dueños.

Por otra parte, el estudio realizado resulta beneficiario en el campo administrativo, al ser un estudio de prefactibilidad fue necesario el evaluar la viabilidad del negocio a realizar, así como la identificación de oportunidades dentro del mercado o distintos ámbitos, de misma forma que se determinarían los riesgos o desafíos a los que se vería expuesto, asimismo, permitiría hacer una valoración de la rentabilidad y facilidad de atraer inversiones externas o financiamiento. Por lo que, es una herramienta esencial para una correcta administración tanto en la toma de decisiones fundamentadas como en maximizar las posibilidades de éxito del proyecto, conociendo mejor la realidad en la que se encuentra.

Por consiguiente, aquellos que se beneficiarían si se creara este tipo de centro de adiestramiento canino incluyen a los propietarios de perros y sus mascotas, así como la comunidad en general ya que los animales que sean adiestrados tendrían un comportamiento apropiado que evitaría molestias en la comunidad, también beneficiaría a inversionistas en

caso de que quieran unirse a la causa al ser un mercado aun no tan explotado en la ciudad, y se encuentran varias ventajas y oportunidades que se pueden aprovechar.

CAPÍTULO II

2. Contextualización

2.1. Marco teórico

2.1.1. Estudio de prefactibilidad

La factibilidad hace referencia a la disponibilidad que existe de los recursos requeridos para poder realizar objetivos y metas propuestas, asimismo, un estudio de prefactibilidad se le considera un análisis preliminar de una idea en la que se determina si existe viabilidad para transformarla en un proyecto. De misma forma, al realizar un estudio de prefactibilidad deben considerarse diversas variables, como el análisis de los puntos centrales de la idea para decretar si es factible y someter la idea a un estudio de factibilidad (Pérez & Merino, 2022).es decir, un estudio de prefactibilidad proporciona una visión general de las perspectivas de cualquier proyecto a realizarse, antes de comprometer recursos de significancia en un estudio de factibilidad, siendo de apoyo para inversionistas y administradores en la toma de decisiones para evaluar las posibilidades de éxito y si es conveniente continuar haciendo un estudio más detallado.

De misma manera, cayendo en la temática básica para la formulación y valoración de un proyecto para medir la prefactibilidad en forma lógica y coherente, va enfocado en determinar la viabilidad preliminar de un proyecto o idea antes de avanzar hacia una etapa más detallada de la factibilidad de un proyecto como tal. En esta fase inicial es necesaria la revisión exhaustiva de los datos obtenidos y la realización de un análisis preliminar para evaluar si el proyecto es técnicamente factible, con rentabilidad prevista y socialmente aceptado (Echeverry & Martinez, 2020).

Es decir, la concepción y evaluación de proyectos de inversión tiene su origen en el plan de negocio, teniendo como propósito el poder aprovechar las oportunidades dentro del

mercado determinado ya sea de bienes o servicios para poder atender las necesidades o resolver problemas de los consumidores/clientes. Este tipo de planificación adquiere forma a través de un análisis de mercado, en el que investiga la viabilidad de la demanda por parte de la sociedad a la que se dirige la oferta, y un estudio técnico que es necesario para la valoración de la factibilidad. Asimismo, se elaboran los estados financieros que organizan numéricamente los resultados obtenidos del estudio de mercado y estudio técnico (Londoño, 2021).

2.1.2. Estudio de mercado

Cualquier estudio de prefactibilidad requiere previamente el establecer un estudio de mercado, siendo que este implica una serie de acciones que las empresas utilizan en el ámbito comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de los clientes. Esta es una técnica esencial para el desarrollo de productor y la comprensión de hábitos del público objetivo. Por lo mismo, la información que se recolecte de los consumidores o clientes abarca diversas categorías, como el historial de consumo, los patrones de compra, el comportamiento del cliente y los datos del contacto. Cada uno de estos datos es elemental para que la empresa obtenga un entendimiento más profundo de sus clientes, lo que a su vez facilita la creación de productos y mejoras en su marca, permitiéndoles seguir satisfaciendo las necesidades y expectativas de su base de clientes.

Existen varias razones para elaborar un estudio de mercado, pero en esencia su objetivo principal es el proporcionar a la empresa información actualizada sobre los cambios en el comportamiento de sus clientes, permitiendo ajustar sus estrategias de marketing para ofrecer el producto o servicio adecuado en el momento oportuno de manera que satisfaga las necesidades de sus clientes. Es decir, sirve como una herramienta valiosa para determinar si tu propio producto actual o futuro tiene el potencial de ser rentable según tus objetivos y necesidades.

Este tipo de estudio, también resulta muy útil para responder preguntas claves relacionadas con el lanzamiento o mejora de productos o servicios de una empresa, ya que, proporciona información sobre si el producto o servicio es lo que se busca dentro del mercado, así como, cuanto podrían comprar y que tan fácil sería generar lealtad a la marca. Por lo mismo, en un estudio de mercado se debe analizar cuatro elementos fundamentales para la estrategia de marketing, los cuales son: producto, precio, clientes potenciales y la competencia (Pursell, 2022).

2.1.3. Oferta y demanda

La oferta y la demanda refieren a una parte fundamental dentro de un estudio de mercado, siendo la oferta la cantidad de un bien o servicio que los productores o vendedores están dispuestos a ofrecer en el mercado a diferentes precios durante un periodo de tiempo específico. Es decir, representa la disponibilidad de un producto o servicio por parte de los proveedores para su venta de los consumidores. Por otra parte, la demanda consiste en la cantidad de un bien o servicio que los consumidores desean comprar en el mercado a diferentes precios durante un periodo determinado de tiempo, representando la disposición de los consumidores para adquirir un producto o servicio a diferentes niveles de precio. De misma manera, la interacción por parte de estas dos es fundamental en la economía y es lo que permite determinar el precio y la cantidad de equilibrio en el mercado. Cuando la cantidad que los oferentes están dispuestos a ofrecer coincide con la cantidad demandada por los consumidores que desean comprar a un precio determinado, se alcanza lo llamado equilibrio de mercado. Sin embargo, los cambios en la oferta y la demanda pueden afectar ese equilibrio, lo que a su vez puede influir en los precios y la disponibilidad de productos y servicios en la economía (Navarro, 2021).

2.1.4. Estudio Técnico

El estudio es considerado una parte fundamental en un estudio de factibilidad o prefactibilidad, en esta se cobra relevancia en los proyectos de inversión como la evaluación de proyecto ya que se establecen los costos que se necesitaran para la implementación del proyecto, esta investigación técnica sirve de base para los cálculos y la evaluación financiera-económica del mismo. Por lo mismo, en el proyecto de inversión deberán mostrar variables alternativas en el estudio técnico, permitiendo la elaboración desarrollo o producción del bien o servicio, de manera que, se identifiquen métodos y procesos que sean requeridos para la implementación.

A partir de lo anterior se desprende la necesidad de equipos y maquinarias para la producción, así como los trabajadores que se requieran para el logro de los objetivos del producto a entregar. De misma forma, se establecen los análisis de la estrategia a seguir para la administración de las facultades del proceso, para acaparar la demanda durante el tiempo de planificación (López & González, 2010).

2.1.5. Estudio Administrativo

En cuanto al estudio administrativo de un proyecto para el establecimiento de una nueva entidad u organización, se ven implicados la formulación de requisitos estructurales utilizando los recursos de gestión, aprovechando de misma forma herramientas y tácticas propias de dichos recursos. Teniendo como propósito el alcanzar los resultados deseados por la organización a través de su funcionamiento efectivo.

Teniendo como objetivos primordiales para el análisis:

- Identificación de los componentes esenciales de la planificación estratégica al definir la misión, visión, valores y metas previstas. De misma forma, se deberá realizar un análisis FODA para lograr una ventaja competitiva tan anhelada.
- Elaboración de la estructura jerárquica de la organización, detallando los distintos departamentos o áreas junto con los roles necesarios. Además, será establecido un sistema de retribución para los empleados.
- Desarrollo de las políticas y procedimientos concernientes al área de recursos humanos, así como crear los manuales administrativos correspondientes.

Se puede decir, que un estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas necesarias para orientar a quienes eventualmente serán responsables de la gestión de dicho proyecto. Siendo que el análisis engloba aspectos de la gestión, como la planificación estratégica, que establece dirección y las acciones necesarias para lograr los objetivos de la empresa. Asimismo, se incluyen otros elementos, como la estructura organizativa y la planificación de los recursos humanos, con el propósito de identificar un perfil idóneo y mantener la coherencia en la consecución de los objetivos corporativos. Por último, se abordan aspectos legales, fiscales, laborales y ambientales que toda organización debe considerar al iniciar sus operaciones o cuando se reorganizan las actividades previamente definidas (López & Aceves).

2.1.6. Estudio Legal

En el estudio legal se busca determinar la rentabilidad del proyecto en relación a las normas y leyes que rigen en la localización determinada de productos, subproductos y patentes. En esta se da atención a la legislación laboral y el impacto que se tiene en medidas de contratación, prestaciones laborales, derechos a los trabajadores y demás obligaciones laborales (Guerrero & Santacruz, 2016).

Es decir, en cualquier proyecto a realizar es de importancia debido a que estos aspectos legales determinan restricciones que están involucradas en la operatividad de este. Teniendo en función las leyes vigentes, normativas, reglamentos, decretos, cultura, costumbres de la localidad que establezcan los permisos o prohibiciones que afecten al proyecto ya sea de manera directa o indirecta. En consecuencia, se determina si resulta factible o no por alguna norma legal. Para esto se toman en cuenta elementos como el tipo de empresa, la formulación de marco jurídico o los requisitos legales de operación de la empresa o proyecto para poder definir el estudio legal (Bocher, 2019).

2.1.7. Estudio Financiero

Consecuentemente del estudio técnico, se debe realizar un estudio financiero de acuerdo a lo establecido en el estudio anterior, siendo el estudio financiero un proceso en el cual se analiza la viabilidad de un proyecto. En estos se toma como base los recursos económicos favorables en relación a los costes totales en los procesos internos para el producto o servicio. De esta manera, se entiende que el estudio financiero es de importancia en cualquier proyecto de inversión, en el cual posteriormente a un estudio de mercado, utiliza toda la información obtenida en la cual evalúen y analicen los riesgos para medir la viabilidad de esta idea de negocio.

Para la obtención de los datos primero se debe determinar si es una empresa existente o un proyecto teórico, en el primer caso se trabajarían con datos reales obtenidos en muchas ocasiones de la misma empresa, mientras en el segundo caso trabajarían con datos más estadísticos. Es de relevancia contar para este estudio con el análisis de los datos como la estructura impositiva del estado con el cual se va a regir la empresa, los costos laborales, la demanda del producto o servicio, el financiamiento con el que se cuenta y probables asociados, así como las proyecciones de ventas.

El desarrollo correcto de este tipo de estudio, es significativo el manejar las ratios financieros-económicos y, de misma manera realizar la conversión de información en cifras que sean más fáciles de analizar para las comparaciones. Dependiendo de si es una empresa o un proyecto de inversión serán las ratios analizadas en comparación de distintos periodos o con respecto a empresas similares del sector en que se rige. Asimismo, para el análisis de la viabilidad de un proyecto se deben tomar en cuenta datos como:

- Ingresos.
- Costos.
- Gastos: administrativos, de ventas, financieros.
- Depreciaciones.
- Amortizaciones.
- Plan de inversión.
- Balances: de apertura, general proyectado.
- Presupuesto de caja.
- Razones financieras.
- Punto de equilibrio.
- Flujo neto de efectivo.
- Costo de capital.
- Valor Actual Neto.
- Tasa Interna de Retorno.
- Análisis de sensibilidad.
- Riesgos.
- Análisis unidimensional.

Este tipo de datos o documentos deben ser analizados de manera meticulosa para poder determinar el beneficio verdadero que generaría el proyecto (Pérez A. , 2021).

2.1.8. **Proyectos de inversión**

Los proyectos de inversión se refieren a aquellos que requieren una asignación de recursos para su ejecución y se someten a una evaluación financiera para determinar su viabilidad económica, teniendo en cuenta también los aspectos técnicos, ambientales, sociales y legales. Siendo de esta manera un proyecto de inversión aquel que demanda la asignación de recursos antes de su implementación. Por lo tanto, es crucial evaluarlo antes de proceder, considerando tres opciones: llevarlo a cabo, descartarlo o posponerlo. Estos proyectos representan una oportunidad para obtener mayores rendimientos, ya que movilizan recursos y aumentan la competitividad de una empresa. Por lo cual, existen diversas fuentes de financiamiento disponibles para respaldar proyectos de inversión, que incluyen:

- Bancos: en caso de que la empresa tenga un historial de rentabilidad positiva y en constante crecimiento, puede acceder a créditos diseñados para pequeñas y grandes empresas, que ofrecen tasas de interés atractivas con plazos de pagos extendidos.
- Inversionistas: los inversionistas son una alternativa viable, especialmente si están activamente involucrados en el mercado financiero y reconocen el potencial de empresas en crecimiento que solo necesitan un impulso adicional.
- Propietarios: los dueños de negocios también pueden financiar proyectos de inversión, especialmente si buscan aumentar su patrimonio en un nivel superior mediante la inyección de recursos adicionales (Orellana, 2020).

2.1.9. Adiestramiento canino

Los perros, en general aprenden de manera parecida a los infantes más pequeños. Si se podría comparar a la inteligencia de un humano, sería comparada con la de un niño de 2 a 4 años, siendo que, para estos animales, las consecuencias inmediatas son las más significativas. Por lo mismo, se deben tener en cuenta estos factores para el adiestramiento canino. Es decir, el adiestramiento canino es realmente un conjunto de técnicas diseñadas especialmente en la mejora de la conducta y obediencia de los perros hacia sus dueños u otros seres vivos.

Las técnicas de adiestramiento pueden ser muy variadas dependiendo las necesidades o entrenamiento positivo al que reaccione más el canino, aun así, se logra destacar dos:

- **Disgusto, rechazo o refuerzo negativo:** este método de adiestramiento canino es cada vez menos habitual, pero consiste esencialmente en adiestrar al animal a base de castigos positivos y refuerzos negativos. Esto significa que, en este caso, el adiestramiento canino utiliza trucos como ruidos desagradables, correcciones físicas o advertencias duras para enseñar al animal a obedecer las órdenes que recibe.
- **Recompensas o refuerzo positivo:** este tipo de adiestramiento de recompensa o también conocido como adiestramiento positivo es un tipo de técnica de entrenamiento más suave con el animal y es el método de adiestramiento más adecuado. Siendo en este caso, que las recompensas se utilizan para premiar el comportamiento deseado por nuestro animal o la obediencia a las ordenes que recibe. Estas recompensas pueden ir desde caricias hasta alimentos que refuercen el comportamiento del perro.

Tipos de entrenamientos caninos

Tomando en cuenta lo anterior mencionado, el adiestramiento no involucra el entrenamiento de los canes, sino también proporcionarles capacitación a sus dueños, por lo que en muchos casos se trabaja en el comportamiento de las mascotas con diversas técnicas para cumplir objetivos específicos dependiendo cada caso. De esta manera, se categoriza el adiestramiento canino en tipos:

- **Adiestramiento canino básico:** se trata el tipo de obediencia básica que necesitan los canes para poder convivir con los seres humanos y otros animales. Aportando a la capacidad de socializar correctamente y que se sigan las instrucciones básicas de los dueños.
- **Adiestramiento canino especializado:** en este tipo de adiestramiento se trabajan entrenamientos específicos como los que se les da a los perros que participan en deportes como tiro, carrera o también a los perros de apoyo emocional a los que actúan en el ejército o en la policía.
- **Adiestramiento canino individualizado:** este tipo de entrenamiento se relaciona más como los canes que necesitan una personalización de sus clases ya que cuentan con problemas específicos como lo podrían ser problemas de agresividad, ansiedad o incluso de algunos problemas de comportamiento que afecte a su vida (Marletta, 2022).

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Gestión administrativa

“La gestión administrativa es la acción que se realiza para la consecución de algo; es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos” (Peña y otros, 2022)

2.2.2. **Ciente**

“Un cliente es quien adquiere los productos o servicios de un negocio. Por lo tanto, es un consumidor, desde la perspectiva de la empresa. Puede tratarse de un cliente recurrente cuando compra de manera regular o un cliente de una única vez” (Rodríguez, 2023).

2.2.3. **Organización**

“la organización es una unidad compleja y social, con elementos que la componen y le dan identidad, constituida para y por el entorno, comprendida y estudiada como fenómeno económico emergente y como sistema abierto con clausura. De allí desprende su identidad, dinámica y posibilidad de cambio” (Velásquez, 2007).

2.2.4. **Planificación**

“Es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados deseados” (Terry & Franklin, 1985).

2.2.5. **Dirección**

“Es la fase del proceso administrativo en donde se van a ejecutar los planes desarrollados. En pocas palabras, es la etapa en que tienes que ver que se hagan las cosas” (Reyes, 2022).

Control

“El control es el proceso por el cual se comprueba, corrige, y se mejora las actividades planificadas, el mismo que lo realiza antes, durante y después, de esta forma se asegura el encaminamiento de la realización efectiva de los objetivos trazados” (Chalá, 2016).

2.2.6. **Servicio**

“El servicio es un tipo de bien económico que constituye al sector terciario de las economías; todo el que trabaja no produce bienes se supone que produce servicios. El

conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas se considera un servicio” (Peralta y otros, 2019).

2.2.7. Calidad

“Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad” (Deming, 1989).

2.2.8. Precio

“El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. Para que produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios” (Sevilla, 2024).

2.2.9. Plaza

“La plaza en la mercadotecnia, también conocida como canal de distribución es uno de los elementos que forma parte del marketing mix, en particular, aquel con el cual garantizas que los consumidores puedan obtener tus productos” (Machuca, 2022).

2.2.10. Promoción

“El medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente sus productos y marcas al gran público” (Cordova, 2019).

2.2.11. Inversión

“La inversión es todo aquel desembolso de recursos financieros que se realizan con el objetivo de adquirir bienes durables o instrumentos de producción (equipo y maquinaria) que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objetivo” (Peumans, 1967).

2.2.12. Rentabilidad

“La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de la empresa, demostrada por las utilidades obtenida de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades” (Zamora, 2008)

2.2.13. Riesgos

“El riesgo se define como la incertidumbre que surge durante la consecución de un objetivo. Se trata, en esencia, circunstancias, sucesos o eventos adversos que impiden el normal desarrollo de las actividades de una empresa y que, en general, tienen repercusiones económicas para sus responsables” (Sevillano, 2019)

2.3. Marco legal

A través del presente estudio de prefactibilidad se busca establecer las condiciones legales que posee un centro de adiestramiento canino. Entre ellas se hace referencia a la nueva Constitución del Ecuador del año 2008 en la que fue dada importancia a la revisión integral de su legislación penal del Código Orgánico Integral Penal (COIP) el cual estuvo vigente desde el 2014, en la que se dio relevancia al bienestar de los animales de manera que se tipificaron infracciones contra el maltrato animal. Asimismo, se toman artículos del Proyecto de la Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) en la que se habla de la conciencia animal y los derechos animales.

(COIP, 2018) Art. 249.- Maltrato o muerte de mascotas o animales de compañía. - La persona que por acción u omisión cause daño, produzca lesiones, deterioro a la integridad física de una mascota o animal de compañía, será sancionada con pena de cincuenta a cien horas de servicio comunitario. Si se causa la muerte del animal será sancionada con pena privativa de libertad de tres a siete días. Se exceptúan de esta disposición, las acciones

tendientes a poner fin a sufrimientos ocasionados por accidentes graves, enfermedades o por motivos de fuerza mayor, bajo la supervisión de un especialista en la materia.

(COIP, 2018) Art. 250.- Peleas o combates entre perros. - La persona que haga participar perros, los entrene, organice, promocióne o programe peleas entre ellos, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a diez días. Si se causa mutilación, lesiones o muerte del animal, será sancionada con pena privativa de libertad de quince a treinta días.

(LOBA, 2019) Artículo 53.- Sustituyese el artículo 249, por el siguiente: Artículo 249.- Lesiones a animales que formen parte del ámbito de la fauna urbana. - La persona que lesione a un animal que forma parte del ámbito de la fauna urbana causándole un daño permanente, será sancionada con pena privativa de libertad de dos a seis meses. Si la conducta se realiza como consecuencia de la crueldad o tortura animal será sancionada con pena privativa de libertad de seis meses a un año. Si la persona que comete esta infracción es aquella responsable del cuidado del animal por razones de comercio, quedará además inhabilitada por el mismo tiempo que dure la pena privativa de libertad y una vez terminada esta, para el ejercicio de actividades comerciales que tengan relación con los animales. Se aplicará el máximo de la pena prevista para este tipo penal si concurre al menos una de las siguientes circunstancias:

1. Haber causado al animal la pérdida o inutilidad de un sentido, órgano o miembro principal.
2. Los hechos se hayan ejecutado en presencia de un niño, niña o adolescente.
3. Actuando con ensañamiento contra el animal.
4. Suministrando alimentos componentes dañinos o sustancias tóxicas.
5. Si el animal es cachorro, gerente o hembra gestante.
6. Cuando la infracción sea cometida por el dueño o tenedor del animal o por quien esté a su cuidado temporal o permanente (Ley Orgánica Reformatoria al Código Orgánico Integral Penal, 2019).

2.4. Marco ambiental

El centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo, contaría con la finalidad de establecer las directrices para el desarrollo de actividades de adiestramiento hacia perros, garantizando la preservación del entorno en el que se encontraría ubicado. Teniendo como objetivo principal el promover y proporcionar el entrenamiento adecuado a las mascotas caninas, promoviendo el respeto y bienestar animal, fomentando la convivencia responsable entre los perros y la sociedad.

Política ambiental

El centro de adiestramiento canino consideraría políticas en base al ambiente como:

- a) Protección de la biodiversidad: El Centro se esfuerza por respetar y proteger la biodiversidad del entorno procurando que las actividades educativas no afecten negativamente a la flora y fauna presentes en el entorno.
- b) Uso responsable de los recursos naturales: Se tomarán medidas para asegurar un uso responsable del agua y la energía en el resort y una correcta gestión de los residuos para minimizar el impacto ambiental.
- c) Bienestar Animal: Todo entrenamiento se realizará pensando en la salud física y mental del perro, evitando cualquier forma de maltrato o abuso.
- d) Sensibilización Ambiental: Se promoverá la educación y sensibilización ambiental tanto al personal del centro como a los clientes para promover la importancia de la protección del medio ambiente y el respeto a la naturaleza.

2.5. Variables

2.5.1. Variable independiente

Estudio de prefactibilidad.

2.5.2. Variable dependiente

Centro de adiestramiento canino.

2.6. Operacionalización de las variables

Tabla 1 variable independiente: estudio de prefactibilidad

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas y herramientas
Estudio de prefactibilidad: Es la concepción y evaluación de proyectos de inversión que tiene su origen en el plan de negocio, teniendo como propósito el poder aprovechar las oportunidades dentro del mercado determinado ya sea de bienes o servicios para poder atender las necesidades o resolver problemas de los potenciales consumidores/clientes.	Demanda de Mercado	Alcance.	¿Ha escuchado hablar de entrenamiento canino en su entorno?	Datos obtenidos a través de encuestas dirigidas a una parte de la población que son dueños de perros, dentro de la zona urbana de Portoviejo.
		Expectativas.		
		Precio.		
	Mercado Potencial	Tamaño del mercado.	¿Cuáles son las necesidades mas inmediatas por las que sus clientes han acudido al adiestramiento canino?	Entrevista realizada al adiestrador canino.
		Segmentación del mercado		
	Infraestructura física	Tasa de crecimiento.	¿Qué lugar preferiría para los entrenamientos?	Datos obtenidos a través de encuestas dirigidas a una parte de la población que son dueños de perros, dentro de la zona urbana de Portoviejo.
		Ubicación		
		Acceso a servicios básicos.		
	Organigrama Administrativo	Seguridad.	¿Qué roles específicos serán necesarios en el equipo administrativo, como gerente, coordinador de adiestramiento, recepcionista, etc.?	Entrevista realizada al adiestrador canino
		Costo de personal.		
Niveles jerárquicos.				
Presupuesto financiero	Carga de trabajo.	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de adiestramiento canino?	Datos obtenidos a través de encuestas dirigidas a una parte de la población que son dueños de perros, dentro de la zona urbana de Portoviejo.	
	Presupuesto vs realidad.			
	Presupuesto por área.			
		Rentabilidad de proyecto.		

TABLA 2 variable dependiente: centro de adiestramiento canino

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas y herramientas	
Un centro de adiestramiento canino “constituyen una actividad profesional o empresarial que va a estar sometida a un conjunto de normas que afectan a muy diversos ámbitos del funcionamiento del centro.” (Nevado, 2016)	Oferta del Mercado	Cobertura geográfica.			
		Variabilidad de la oferta.	¿Según su criterio existe alta competencia en el adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?	Datos obtenidos a través de encuestas dirigidas a una parte de la población que son dueños de perros, dentro de la zona urbana de Portoviejo.	
		Cantidad de competencia. Satisfacción del cliente.			
	Instalación tecnológica	Capacidad de uso.			
		Innovación y nuevas oportunidades. Calidad de instalación.	¿Qué servicio adicional le gustaría recibir a parte del entrenamiento a su perro?	Datos obtenidos a través de encuestas dirigidas a una parte de la población que son dueños de perros, dentro de la zona urbana de Portoviejo.	
	Instalación técnica	Tiempo de instalación.			
		Seguridad de la instalación. Tiempo de respuesta.			
		Nivel del servicio al cliente.	¿Cómo se asegurará la colaboración y la comunicación efectiva entre los diferentes departamentos o equipos involucrados en los procesos?	Entrevista realizada al adiestrador canino	
	Funcionamiento administrativo	Eficiencia de procesos. Tasa interna de retorno.			
		Inversiones factibles	Relación beneficio-costos.	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de adiestramiento canino?	Datos obtenidos a través de encuestas dirigidas a una parte de la población que son dueños de perros, dentro de la zona urbana de Portoviejo. Considerando las estimaciones de demanda
			Payback descontado.		

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1. Plan de investigación

Al hablar de investigación científica se ve implicada una serie de actividades que deben ser organizadas previamente de acuerdo con un plan de investigación. Es esencial de igual forma el recordar que la revisión de estas acciones puede cambiar y mejorar a lo largo del proceso de investigación, y que el plan de investigación sirve como guía general para el investigador en lugar de un conjunto de reglas estrictas e inamovibles. Al prever las diversas acciones que el investigador ejecutará, es importante tener un tiempo estimado para cada actividad, y de igual forma determinar los recursos humanos, físicos y financieros que sean adecuados para completarlas (Delgado & Barrios, 2019).

En la presente investigación, el plan de investigación destinado al estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo, involucra una serie de etapas organizadas para poder alcanzar los objetivos previamente establecidos. Teniendo en cuenta que la planificación de las actividades será adaptable y sujeta a mejoras durante el desarrollo del proyecto de trabajo. Se usa el plan de investigación como herramienta de orientación general para la exploración. De misma manera, será esencial estimar el tiempo requerido de cada fase u determinar los recursos que son necesarios para completar los objetivos, asimismo, tener en cuenta el talento, los aspectos físicos y financieros que aseguren un éxito de la propuesta planteada.

Asimismo, se requirieren de diversos tipos de investigación para la familiarización del tema u otros derivados como lo logra ser la investigación exploratoria, o el análisis de la información, así como la recopilación y descripción de la información obtenida de diversas fuentes para la elaboración de la propuesta o posible solución del problema detectado.

3.2. Tipos de investigación

La investigación exploratoria es un enfoque de investigación utilizado para abordar y explorar un tema o problema profundamente, especialmente cuando existe poca información a la cual acudir o en casos de que sea un tema muy poco conocido (Hernández y otros, 2014) como lo es en el caso del adiestramiento canino en la cultura ecuatoriana. Siendo el principal objetivo de este tipo de investigación el poder familiarizarse con el tema y generar ideas o hipótesis que puedan seguir en investigaciones futuras.

La investigación de tipo descriptiva consiste en proporcionar descripciones detalladas de las características esenciales en grupos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que posibilitan la identificación de la estructura o el comportamiento de los fenómenos bajo análisis. Lo que conlleva a la obtención de datos sistemáticos y comparables con otras fuentes de información (Guevara y otros, 2020). Este tipo de investigación permitió el poder comparar otros estudios realizados sobre el adiestramiento canino y las problemáticas que se han detectado a causa de una ausencia de esto.

En la investigación de tipo analítica se refiere a un enfoque de la investigación que busca comprender las relaciones entre variables, identificar patrones de causa y efecto, y profundizar en la comprensión de los fenómenos a través del análisis y la interpretación de datos. Es decir, se usan métodos y técnicas para explorar las conexiones y explicaciones detrás de los resultados observados (Ortega, 2023). Este tipo de investigación se realizó en la interpretación y el análisis de los resultados obtenidos gracias a la encuesta a los clientes potenciales, la entrevista realizada al adiestrador canino y la información de otras investigaciones.

La investigación sintética es en la que se recopila información de distintas fuentes, organizando los datos y luego integrarlos para generar una síntesis o resumen comprensivo.

Es posible que implique la identificación de tendencias, formulación de teorías integradoras o la elaboración de conclusiones que surgen de la combinación y análisis de múltiples fuentes y perspectivas (Rus, 2021).

La investigación propositiva también conocida como investigación aplicada o práctica, se enfoca en generar soluciones o recomendaciones para abordar problemas específicos o satisfacer necesidades identificadas en un campo o área determinada. A diferencia de otros enfoques que buscan principalmente comprender o describir fenómenos, esta tiene como objetivo principal crear soluciones prácticas y aplicables en el mundo real (Daza, 2021).

3.3. Métodos de investigación.

3.3.1. Método inductivo

En el método inductivo se parte de la observación de eventos o situaciones particulares para llegar a la formulación de conclusiones que abarcan un alcance más amplio. Siendo este una forma de razonamiento que implica la obtención de conocimiento general a partir de una premisa específica (Arellano, 2023).

3.3.2. Método analítico

El método analítico representa una forma de investigación científica basada en la observación empírica y la experimentación, siendo este modelo ampliamente utilizado en ciencias experimentales, abarcando tanto lo que son disciplinas naturales como las sociales, asimismo, este enfoque constituye una estrategia metodológica que los científicos emplean con el propósito de generar conocimiento a partir de la observación de la realidad (Pérez P. J., 2023). Permitiendo dentro de la presente investigación en análisis y la interpretación de datos obtenidos para de esta manera darle un enfoque en los resultados.

3.3.3. Método estadístico

El método estadístico representa una forma de la investigación utilizada principalmente para la descripción de los valores de los datos económicos, sociales, políticos, culturales, psicológicos, por lo mismo, es una herramienta muy útil para el análisis, interpretación, predicción y la relación de los datos (Montes, 2018).

3.4. Modalidad de la investigación

3.4.1. Modalidad de campo

Se alude a un estudio realizado en la zona urbana de la ciudad de Portoviejo, con el objetivo de analizar la situación de la tenencia de perros por parte de los residentes del área. Empleándose una metodología de investigación de campo que incluye técnicas de encuestas y entrevista, en el cual las encuestas van dirigidas a un grupo de la población económicamente activa que poseen perros como mascota. La investigación se ha concentrado en un contexto local teniendo en cuenta las necesidades de los dueños de mascotas para un centro de adiestramiento canino. Para la recopilación de los datos cualitativos y cuantitativos se tomó como referencia las encuestas, la entrevista y la observación; siendo estas de importancia para la obtención de información significativa sobre la población objetiva.

3.4.2. Modalidad bibliográfica

En la investigación, se adoptó la modalidad bibliográfica en la recopilación y análisis de la información de investigaciones relacionadas. Siendo esta investigación proveniente de diversas fuentes bibliográficas incluyéndose libros, revistas académicas, recursos en línea al igual que otros documentos relevantes para la investigación. Fue destacada la prioridad de fuentes actualizadas de los últimos cinco años que demostraron ser relevantes. El acceso a estas fuentes escritas se permitió profundizar en el marco teórico, contextualización y el

respaldo de las conclusiones con base sólida. De misma forma, esta modalidad facilitó la incorporación de variables, perspectivas o enfoques académicos relacionados al tema.

3.5. Técnicas e instrumentos

Encuestas: Estas fueron aplicadas a hombres y mujeres de 18 a 55 años que habitan la zona urbana de la ciudad de Portoviejo, que sean dueños de perros.

Entrevista: La entrevista fue realizada al adiestrador canino Cesar Cedeño

3.6. Población y muestra

La población consideró la proyección actual del número de habitantes de la ciudad de Portoviejo. Partiendo con una muestra aleatoria de personas de la zona urbana de la ciudad.

3.7. Tamaño de la muestra

n = Muestra

N = Población (144670)

P = Nivel de éxito (5%)

Q = Nivel de fracaso (5%)

Z = Nivel de confiabilidad (95%)

e = Nivel de significancia o margen de error (0,05)

$$n = \frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(Z)^2 * P * Q + (N - 1) (e)^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 144670}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + 144669 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{138941.068}{362.6329}$$

n = 383 Clientes

CAPÍTULO IV

4. Formulación del proyecto

Estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Para la elaboración de la encuesta y el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el marco de este proyecto, fue seleccionado como grupo objetivo los individuos residentes de la ciudad de Portoviejo, enfocándose en la zona urbana de la ciudad de Portoviejo.

Asimismo, fue utilizado como herramienta un cuestionario de preguntas cuyo elemento fue una encuesta de trece preguntas dirigida a 400 personas de entre 18 a 55 años que tengan como mascota perros y cuyas preguntas fueron de tipo cerrada.

4.2. Encuesta

1. ¿Cuál de las siguientes categorías corresponde su edad?

Tabla 3 Conocimiento demográfico: edades

18-25	339	85%
26-35	43	11%
36-45	12	3%
46-55	6	2%
Total	400	100%

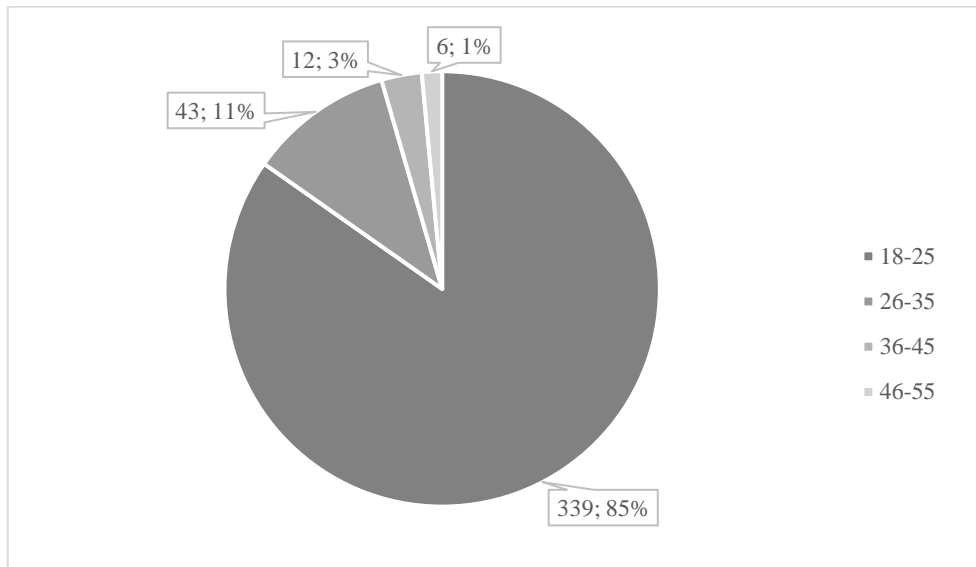


Figura 1 conocimiento demografico: edades

Análisis pregunta 1

De la totalidad de 400 encuestados, 339 de ellos que representan un 85% del total de la muestra contestó estar dentro de la categoría de edad de entre 18-25 años, indicando que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de edad más joven. En la categoría de 26-35 años tuvo un total de 43 personas, representando un 11% del total, mientras que en las categorías de 36-45 y 46-55 años representan un total de 3% con 12 encuestados y 2% con 6 encuestados respectivamente.

2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

tabla 4 conocimiento demográfico: ingresos

Menos de \$460.00 mensual	145	36%
Entre \$460.00 y \$600.00 mensual	137	34%
Más de \$600.00 mensual	118	30%
Total	400	100%

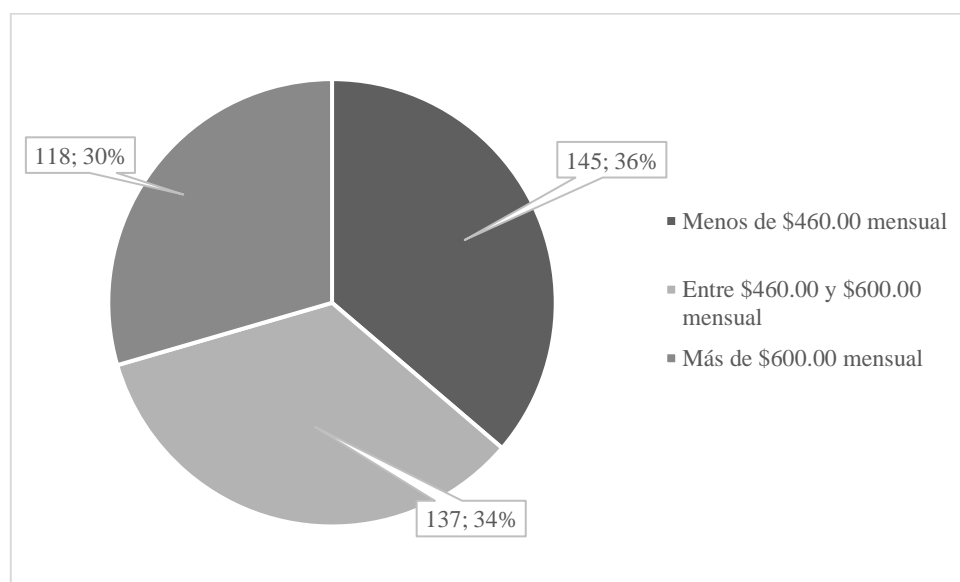


Figura 2 conocimiento demográfico: ingresos

Análisis pregunta 2

Según los resultados obtenidos la mayor cantidad de personas contestó tener un ingreso menor a los \$460.00 mensuales con un porcentaje del 36% contando con 154 de las 400 encuestas. En segundo lugar, igual con cifra significativa contestaron un 34% que su nivel de ingreso se encuentra entre los \$460.00 y los \$600.00 mensuales con la cantidad de 137 encuestas contestadas y en tercer lugar, teniendo 118 encuestados contestaron que su ingreso mensual equivale a más de \$600.00 representando un 30% del total.

¿Cuál red social o plataforma usa más para enterarse de noticias o novedades?

Tabla 5 canales de distribución en redes

Facebook	339	85%
Instagram	19	5%
WhatsApp	42	11%
Total	400	100%

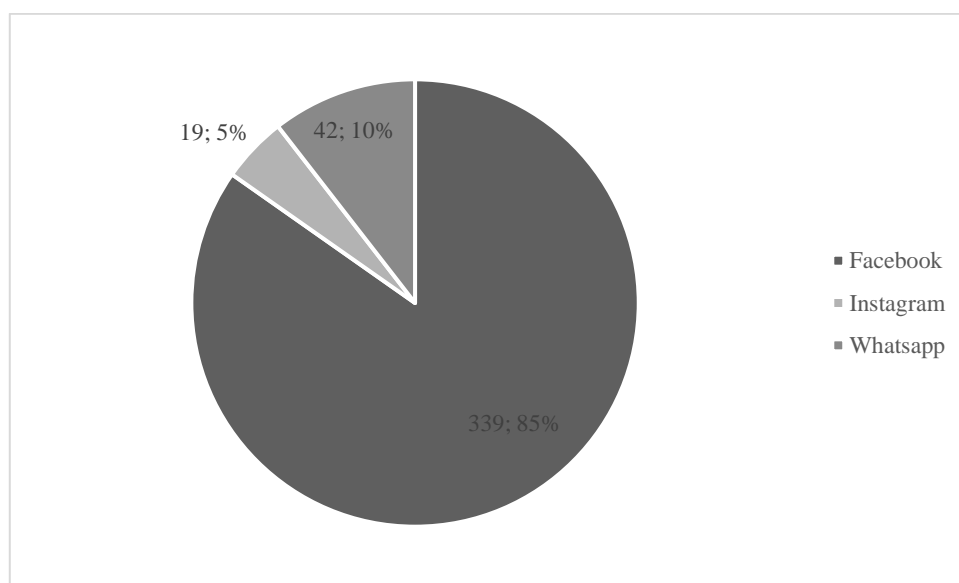


Figura 3 canales de distribución en redes

Análisis pregunta 3

En esta pregunta se demostró que entre la muestra Facebook denomina un gran porcentaje como red social más usada en comparación a Instagram y WhatsApp, representando un total de 339 encuestados representando el 85%, siguiéndole la red social de Instagram con un total de encuestados de 19 que representan un 5% de la muestra, en último lugar se encuentra WhatsApp con un total de 42 encuestados, los cuales tuvieron una participación del 11%.

3. ¿Ha escuchado hablar de entrenamiento canino en su entorno?

Tabla 6 conocimiento del problema

Si	319	0,7975
No	81	0,2025
Total	400	100%

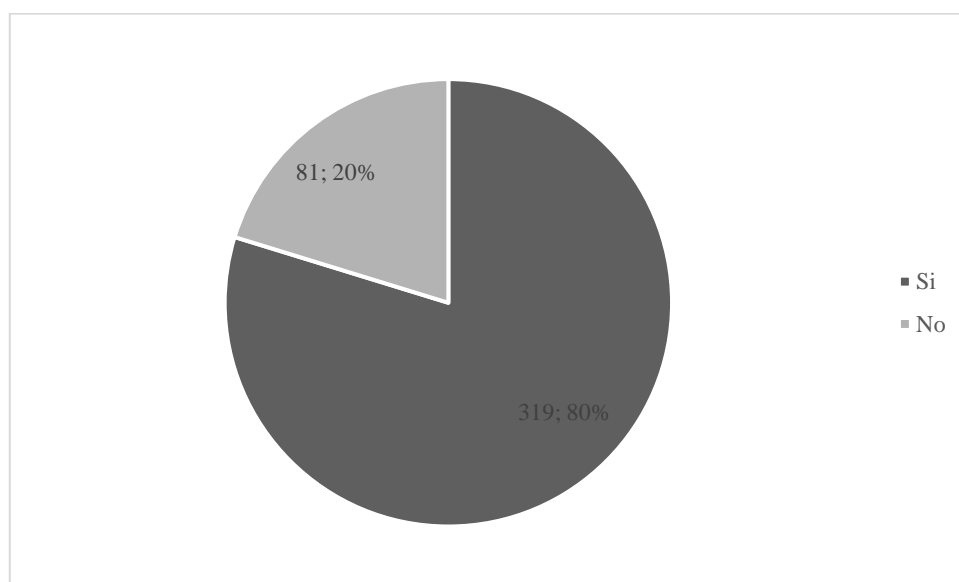


Figura 4 conocimiento del problema

Análisis pregunta 4

Los resultados de esta pregunta revelaron que 319 de los encuestados que representan un 80% del total de la muestra, si se encuentran familiarizados con el concepto de adiestramiento canino, por otro lado, un 20% de los encuestados (81 personas) indicaron que no han escuchado hablar de ese concepto, representando un segmento mucho menor, pero aun significativo.

4. ¿Cómo considera usted la demanda de mercado de los centros de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 7 conocimiento de problema: demanda de mercado

Alta	5	1%
Media	179	45%
Baja	216	54%
Total	400	100%

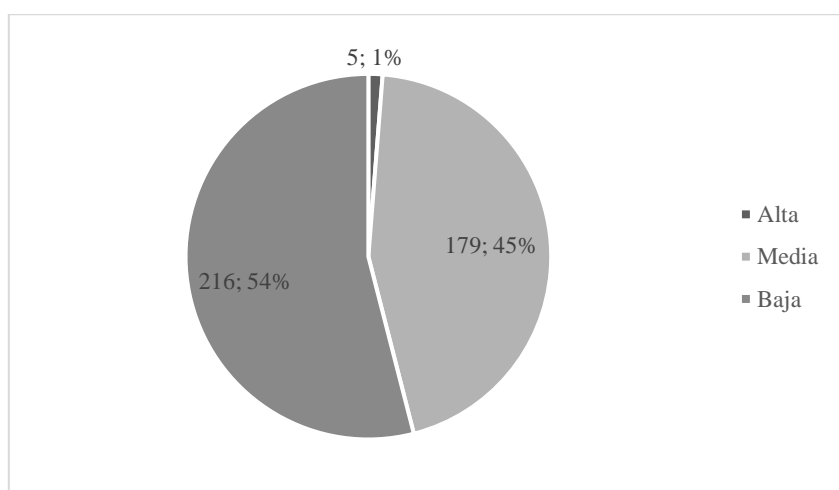


Figura 5 conocimiento del problema demanda de mercado

Análisis pregunta 5

Los resultados presentes sugieren que la percepción de los encuestados en su mayoría con un 54% con 216 personas del total consideran que la demanda de mercado de los centros de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo es baja, por otro lado, 179 de las encuestas que representan un 45% consideran que existe un nivel medio de demanda de este tipo, siendo que solo un 1% de las personas encuestas considera que existe un nivel de demanda alta de este tipo de servicios.

5. ¿Según su criterio existe alta competencia en el adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 8 conocimiento de la oferta

Si	41	10%
No	359	90%
Total	400	100%

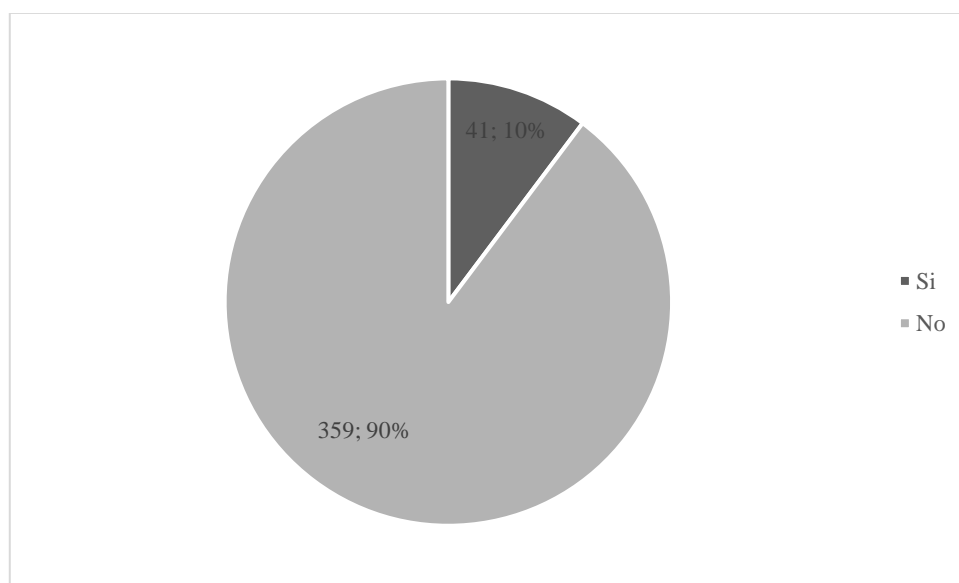


Figura 6 conocimiento de la oferta

Análisis pregunta 6

Se presentan en los resultados que existe una mayoría en los encuestados que no percibe una competencia elevada en el mercado de adiestramiento canino, representándose en un 90% con 359 encuestados, mientras que existe un pequeño porcentaje que considera que la competencia si es alta, representándose en un 10% con 41 personas.

6. ¿Por qué razón usted acudiría a un adiestrador canino?

Tabla 9 conocimiento del problema demanda del servicio

Ansioso y potencialmente agresivo.	29	7%
Mi perro ha mordido a personas	3	1%
Mi perro es agresivo	86	22%
Mi perro es ansioso	127	32%
Mi perro es potencialmente peligroso	44	11%
Mi perro tiene conducta destructiva	48	12%
Mi perro tiene conducta inapropiada	63	16%
Total	400	100%

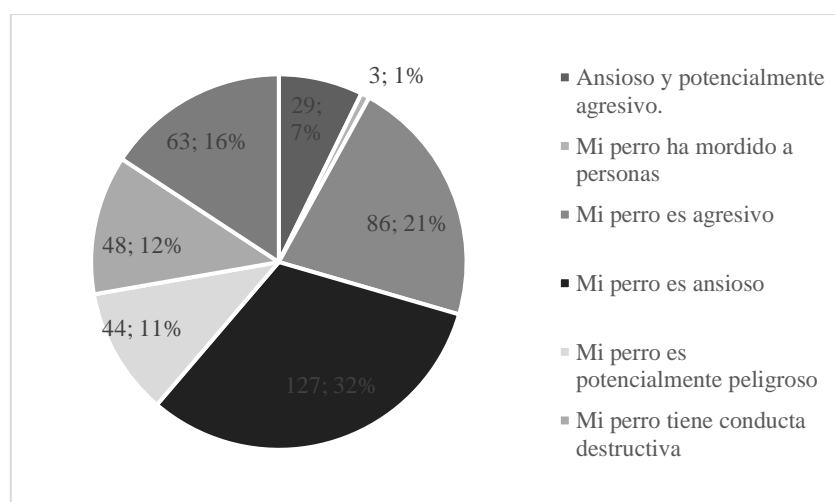


Figura 7 conocimiento del problema demanda del servicio

Análisis pregunta 7

Las respuestas de los encuestados revelan que la principal razón por la que acudirían a adiestrador canino es porque sus perros tienden a ser ansiosos, con un 32% representando a 127 de las personas encuestadas. Le sigue de cerca el que consideran a sus perros agresivos con un 21% (86 personas) y un 16% (63 personas) por conductas inapropiadas. De misma forma, un 12% (48 personas) de estas personas mencionan que una causa para ir a un

entrenador sería para abordar los comportamientos destructivos de sus mascotas, mientras que el 11% (44 personas) considera importante el darles asistencia a sus perros por entrar en la categoría de razas potencialmente peligrosos. Por otra parte, la categoría de perros ansiosos y agresivos representaron un 7% de los encuestados (29 personas) y solo en un 1% (3 personas) de las personas encuestadas buscarían asesorías porque sus perros han llegado a morder a alguien.

7. ¿De qué tamaño es la raza de su perro?

Tabla 10 conocimiento del mercado

Grande	62	16%
Mediana	222	56%
Pequeña	116	29%
Total	400	100%

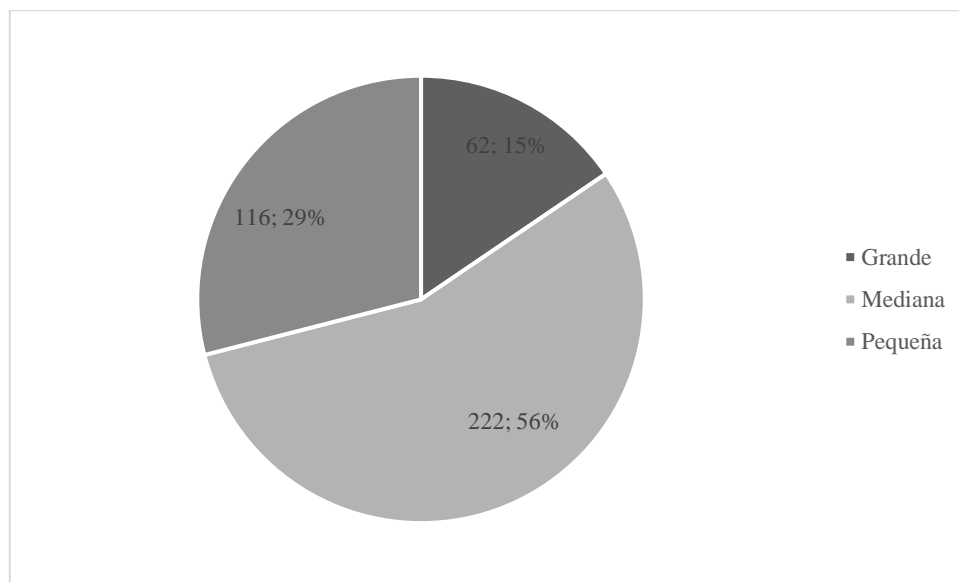


Figura 8 conocimiento del mercado

Análisis pregunta 8

Estos resultados presentaron que existe un 56% de los encuestados (222 personas) que sus perros son razas medianas, seguidos por un 29% (116 personas) que tienen perros de tamaño pequeño y un 15% de los encuestados (62 personas) que cuentan con perros de razas grandes.

8. ¿Qué valoraría para acudir al servicio de adiestramiento canino?

Tabla 11 valoración de un servicio de adiestramiento

El precio	122	31%
La proximidad o cercanía	43	11%
Las recomendaciones de familiares o amigos	86	22%
Servicios que ofrezca	149	37%
Total	400	100%

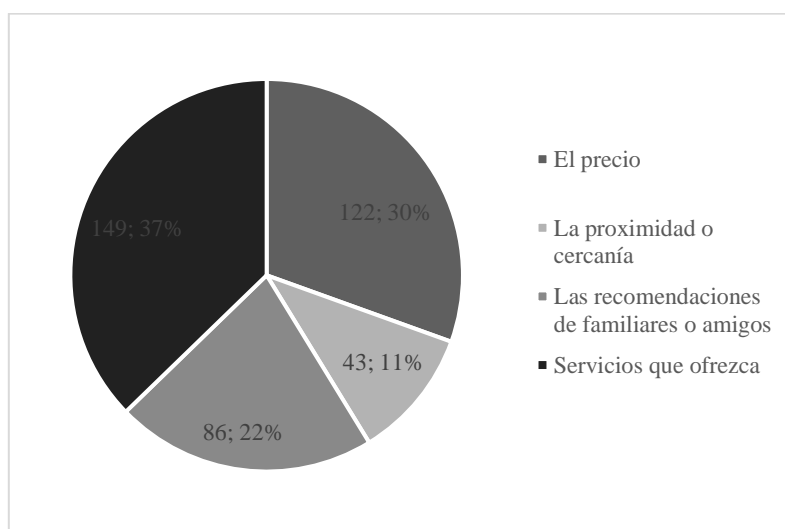


Figura 9 valoración de un servicio de adiestramiento

Análisis pregunta 9

Las respuestas fueron variadas entre los criterios que influyen de alguna manera en la decisión de acudir a un centro de adiestramiento canino, siendo la principal razón los servicios que ofrezca el establecimiento con un 37% (149 personas), en segundo lugar, está el

precio con un 31% (122 personas), y por ultimo las recomendaciones por familiares o amigos y la proximidad con un 22% (86 personas) y un 11% (43 personas) respectivamente.

9. En caso de requerir entrenamiento para su mascota, ¿Qué disponibilidad de tiempo tendría para ser partícipe de la actividad?

Tabla 12 viabilidad y participación

1 hora	204	51%
2 horas	115	29%
3 horas o más	20	5%
No dispongo de tiempo	61	15%
Total	400	100%

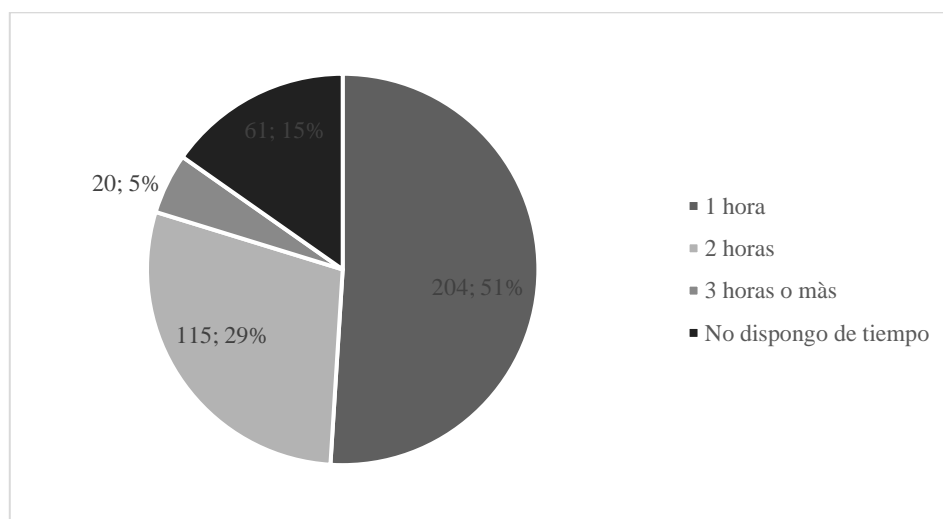


Figura 10 viabilidad y participación

Análisis pregunta 10

En respuesta al planteamiento de la pregunta sobre la disponibilidad de tiempo para la participación en el entrenamiento, siendo que, 204 personas están dispuestas a dedicarles una hora de su tiempo al entrenamiento de su perro representando un 51%, en un 29% representando a 115 de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestos a ser

participes del entrenamiento dos horas, mientras que un 15% (61 personas) de los encuestados mencionan que no disponen de tiempo para la actividad, por último con el menor porcentaje 20 de las personas encuestadas contestaron que disponen de 3 o más horas para participar en los entrenamientos representando un 5%.

10. ¿Qué lugar preferiría para los entrenamientos?

Tabla 13 accesibilidad y preferencias de servicio

Centro de adiestramiento canino	190	48%
En su hogar	87	22%
Parque cercano	123	31%
Total	400	100%

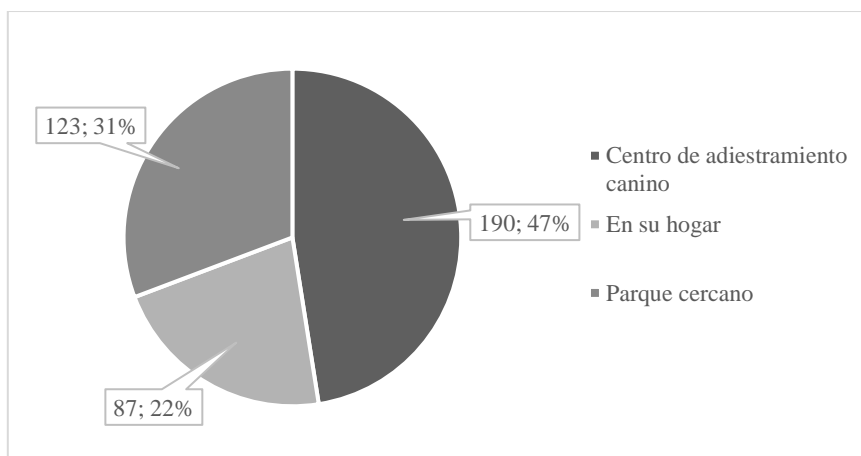


Figura 11 accesibilidad y preferencias del servicio

Análisis pregunta 11

Los datos presentaron que existe una mayor cantidad de los encuestados que prefieren en caso del adiestramiento a su perro que este se realice dentro del establecimiento con un total de 190 personas de la muestra, en segundo lugar, con un 31% (123 personas) mencionaron que prefieren que dichos entrenamientos se realicen dentro de sus hogares, mientras que, con un 22% (87 personas) seleccionaron la opción del parque cercano.

11. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir a parte del entrenamiento a su perro?

Tabla 14 necesidades y preferencias de la demanda

Baño	145	36%
Corte de uñas	43	11%
Servicios veterinarios	212	53%
Total	400	100%

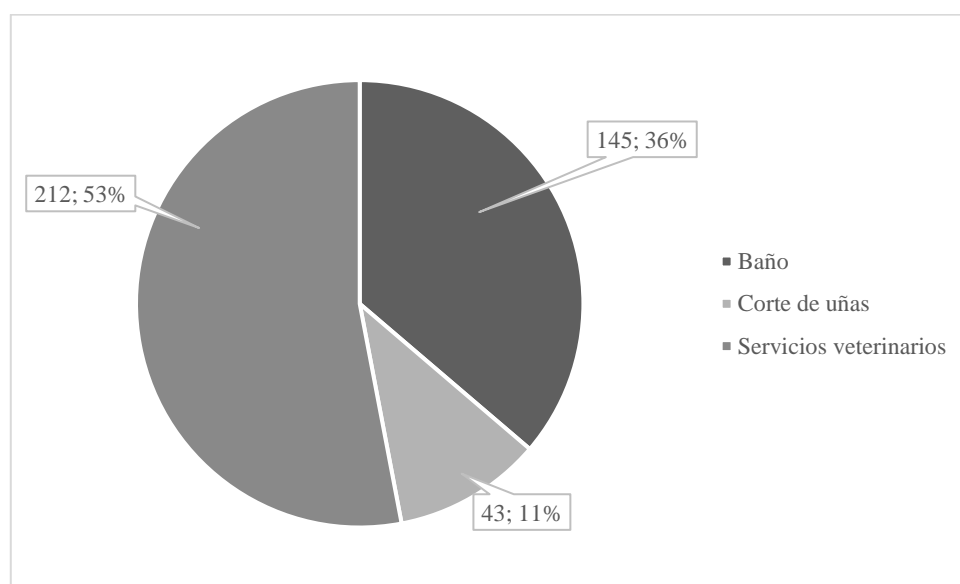


Figura 12 necesidades y preferencias de la demanda

Análisis pregunta 12

Los datos en base sobre las preferencias en los servicios adicionales que pueda presentar en un centro de adiestramiento canino demuestran que en su mayoría con un 53% de los encuestados (212 personas) favorecen a los servicios veterinarios, en siguiente lugar con un 36% (145 personas) contestaron que les gustaría recibir como servicio adicional el baño a sus perros, mientras que en un 11% con solo 43 personas preferirían el corte de uñas de sus mascotas.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de adiestramiento canino?

Tabla 15 viabilidad financiera

\$5 por sesión	43	11%
\$10 por sesión	189	47%
\$15 por sesión	102	26%
\$20 por sesión	66	17%
Total	400	100%

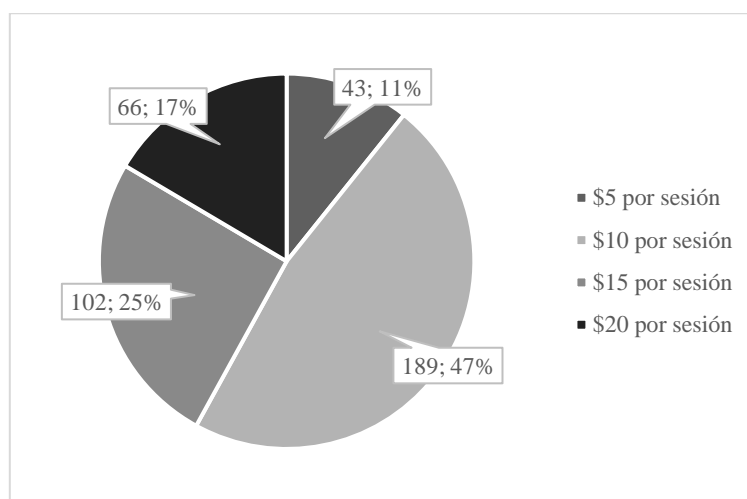


Figura 13 viabilidad financiera

Análisis pregunta 13

Los resultados de la última pregunta realizada hablando de la disponibilidad económica de los encuestados hacia el pago de dichos servicios, el 47% de los encuestados (189 personas) mostraron una preferencia de pago por sesión de \$10, en segundo lugar, 102 de los encuestados representando un 26% de la muestra respondieron que estarían dispuestos a pagar por sesión \$15, en tercer lugar 66 de los encuestados con un 17% de la muestra valor máximo de \$20 mientras que un 11% con 43 encuestados respondieron que preferirían pagar \$5.

4.3. Entrevista.

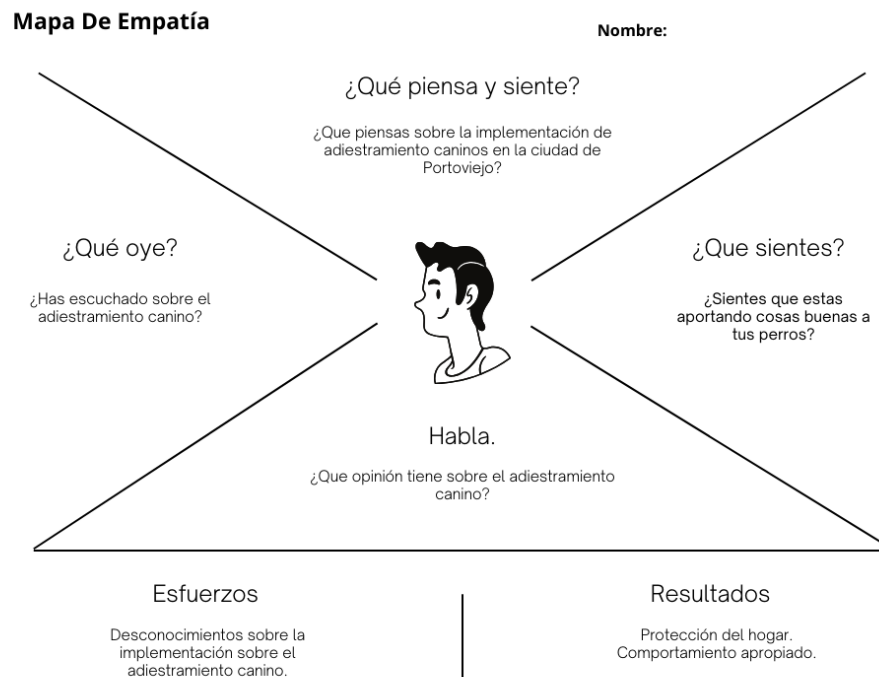


Figura 14 mapa de empatía

Entrevistas 1: Sr. Luis Antonio Cedeño Pérez.

El desarrollo de esta entrevista se dio por medio de videollamada a través de la aplicación de zoom, entablado una conversación mientras se abordaban las preguntas pertinentes sobre el adiestramiento canino y lo que conllevaba su trabajo. El Sr. Luis comentaba que la parte fundamental para esta actividad es la paciencia y disciplina que los dueños de los perros tengan, ya que una parte de la acción se fomenta junto a ellos.

Después de la conversación con el adiestrador, comentó sobre el impacto que tienen las personas al hablar del adiestramiento canino, ya que muchas de las personas muestran incertidumbre o desconocimiento sobre lo que se puede lograr, de misma manera, mencionó que la comunidad maneja poco conocimiento sobre el tema, así como también se han visto muchas quejas porque en varios casos el entrenamiento no da frutos de manera rápida, siendo que es un proceso que se puede comparar con la terapia, generando un ambiente adecuado

para el perro en el que se pueda desarrollar su conducta de manera positiva, por otro lado, mencionaba que uno de los beneficios que más buscan las personas son comandos para obediencia del perro, así como protección en casos específicos.

Entrevista 2: Srta. María Vásquez Asistente de adiestramiento canino comentó sobre la situación del manejo animal que reciben en su establecimiento, en la que mencionó que es una profesión no muy bien demanda, sobre todo por la situación económica, además lo que mantiene a flote el negocio es el amor que se tiene hacia las mascotas en especialmente los perros, así mismo menciona que el tema de adiestrar a diferentes perros puede ser un poco complicado por el hecho de que el animal puede ser traído en diferentes estados desde:

- Temerosos.
- Agresivos
- Muy energéticos.
- Destructivos.

Por lo cual el trabajo es muy diferente para cada tipo de perros, así mismo es un trabajo que se debe mantener una disciplina sobre las acciones que se toma, ofrecer un alimento adecuado para el perro, sus tiempos de descanso entre otros, pero la Frase que remarco demasiado en la charla fue que “Es una satisfacción observar un perro que se comporta de forma adecuada, sin ocasionar daños a otros seres queridos y puedan vivir de una manera pacífica entre las personas”.

4.4. Estudio de mercado

4.4.1. Micro-Ambiente

La implementación del servicio de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo es muy escasa para el apartado público donde las instituciones de seguridad nacional “Policía y Milicia” ofrecen el servicio de entrenamiento el cual especializa en perros que puedan ayudar

o aportar en sus labores, obteniendo mascotas disciplinadas y preparadas para actuar en los momentos que indican sus entrenadores. De misma forma, existen entrenadores independientes que en muchos casos no se encuentran con las regulaciones debidas o sin los conocimientos aptos para este tipo de servicios al público objetivo.


4.4.2. Análisis del consumidor

El proyecto presentado está dirigido a mujeres y hombres económicamente activos, que se encuentren en un rango de edad de entre 18 y 25 años principalmente, que sean residentes de la ciudad de Portoviejo y tengan mascotas caninas. Este grupo demográfico muestra un comportamiento proactivo a buscar soluciones para mejorar la relación de sus mascotas con el entorno y a abordar comportamientos no deseados.

4.4.3. Proveedores

Los principales proveedores para el inicio de las actividades, se indican los siguientes:

Tabla 16 principales proveedores

Logo	Nombre	Ciudad	Historia
	Novicompu	Portoviejo	Novicompu, cuyo nombre es una combinación de sus apellidos — Novoa y Villavicencio—, nacido cuando él tenía 18 años y estudiaba en Estados Unidos. En el país norteamericano pudo palpar que el acceso a la tecnología en Ecuador era costoso y limitado. Es ahí cuando tuvo una idea: comprar computadores y exportarlos desde Estados Unidos al Ecuador.



Pronaca

Portoviejo

Pronaca es una empresa ecuatoriana que empieza su historia hace 60 años con el emprendimiento de la Compañía Anónima Industrial y Agrícola, INDIA, empresa precursora que se inició con la comercialización de insumos de alta calidad con la misión de incrementar la productividad en el sector agropecuario.



Indumaster

Portoviejo

En un pequeño taller donde se creaba y construía muebles para el hogar inició la historia de Indumaster; Cristóbal Simbaña comenzó a ofrecer puerta a puerta los muebles que fabricaba y fue la venta directa que le dio el éxito para crear lo que hoy se conoce como Indumaster S.A.

4.4.4. Competidores

El centro de adiestramiento canino se encuentra en un nicho de mercado no tan explotado, donde sus competidores son limitados y específicos. A diferencia de otros sectores del mercado que pueden enfrentarse a una competencia más amplia y diversa, un centro de adiestramiento canino en la ciudad e Portoviejo no es un tipo de negocio común. En este sentido, los competidores principales de este proyecto, suelen ser adiestradores independientes los cuales si atienden al público en general que esté dispuesto a recibir este servicio para sus mascotas y la policía que recibe perros para darles entrenamiento especializado que puedan ayudar a la misma institución.

4.4.5. Macro-Ambiente

Al referirse a macro-ambiente se habla de una serie de condiciones o factores que existen y afectan al funcionamiento de lo que podrían ser las instituciones en general, al igual de la economía, los aspectos políticos que afectan a las empresas en sus sectores, o incluso de

lo que piensan u opinan las personas de una sociedad respecto a sectores del mercado específicos.

4.4.6. **Político**

Ecuador presenta múltiples factores importantes a tomar en cuenta en lo que se relaciona con centros de adiestramiento canino. Primero tenemos el problema de los perros sin hogar, los cuales tanto para Portoviejo como para el Ecuador entero representan un problema de gasto municipal, teniendo que apoyar a múltiples alberges de mascotas apoyados incluso por la población general. Un centro de adiestramiento canino puede ser muy útil ya que los perros entrenados son mucho más fáciles de ser adoptados.

El mayor problema presentado también es que los centros de adiestramiento suelen estar a cargo y de servicio exclusivo para perros en servicio militar, lo que ha terminado generando un privilegio de acceso a este servicio para las fuerzas del orden. Es de vital importancia cambiar esta postura, con más personal capacitado y más centros de adiestramiento se puede mejorar entrenando a perros y a personas popularizando el acceso a este servicio.

4.4.7. **Económico**

Según un estudio realizado por la consultora Kantar Worldpanel en el 2023 los ecuatorianos gastan alrededor 30\$ al mes en alimento para sus mascotas (Worldpanel, 2023), esto relacionado con los datos presentados por el diario el Primicias, donde se afirma que en la actualidad el 66% de los ecuatorianos tiene mascotas (González, 2023). Además, el estudio de Kantar nos muestra como en los últimos 4 años la venta de alimentos para mascotas ha crecido un 42%, según sus encuestas esto se debe a que las personas han adoptado una postura de mejorar la situación y estado de sus mascotas (Worldpanel, 2023).

Así mismo, en los ajustes de impuestos presentados en el año 2023 por el presidente Guillermo Lasso incluyen los gastos de comida para perros dentro de los factores deducibles de impuestos según nos cuenta Lucía Vásconez en un artículo escrito en el diario el Comercio (Vásconez, 2023).

4.4.8. **Social**

En el Ecuador los perros son factor complicado de analizar, pues debido a los hábitos de crianza de estos se han generado múltiples variables y muchos problemas con el pasar de las décadas. Existe un gran miedo hacia las razas grandes de perros por los múltiples casos de ataques presentados en el país. Sin embargo, con el pasar del tiempo el conocimiento de que se puede evitar los comportamientos agresivos de las mascotas promoviendo una crianza respetuosa y métodos de enseñanza basados en el refuerzo positivo son más comunes, lo que ha llevado a las personas a investigar de métodos y lugares donde se proporcionen herramientas adecuadas para la crianza de perros.

Así mismo, en muchas ciudades del país existen problemas con la cantidad de perros sin hogar, hasta el punto de tomar medidas drásticas en algunas de ellas, la inclusión de centro de adiestramiento canino puede ser un lugar donde se promueva el cuidado de las mascotas y se impulsen campañas de castración generando un ambiente más amigable para que la ciudadanía cambie su opinión con respecto a los perros callejeros.

4.4.9. **Demanda**

Se define demanda como la predisposición o la acción de satisfacer una necesidad a base de un precio determinado.

La implementación del servicio del adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo según los datos presentados se observa una limitación a gran escala en la demanda, por el hecho, de que los ciudadanos no se encuentran tan familiarizados con este tipo de negocios en

los que se les proporciona el servicio de entrenamiento de acuerdo a las necesidades que tengan sus mascotas.

4.4.10. Estimación de la demanda actual

Para obtener los resultados de la estimación de la “Demanda Actual” tomaremos como referencia la pregunta número cinco de la encuesta que se realizó, donde el 1% “uno por ciento” de los encuestados de la ciudad de Portoviejo, estarían dispuesto o interesado sobre el servicio de adiestramiento canino, por lo cual se tomó la muestra de la demanda actual es:

Tabla 17 demanda actual estimada

Demanda actual	Demanda actual
Demanda actual	144670*1%
Demanda actual	1,447

4.4.11. Estimación de la demanda insatisfecha

Según lo menciona Andia (2011), la demanda insatisfecha se puede categorizar por dos razones con la demanda no atendida y la demanda atendida; al hablar de la demanda atendida se da a entender que si se brinda un servicio o producto, pero no se satisface del todo la necesidad identificada, mientras la demanda no atendida da a entender una parte de la población o un conjunto de personas u organizaciones que no reciben el producto o servicio que requieren, por lo tanto la demanda sería mucho mayor a la oferta.

Tabla 18 estimación de demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha	Demanda actual *
	Factor
Demanda insatisfecha	1,447*90%
Demanda insatisfecha	1,302

Con la información reflejada en base a la pregunta N° 6 de la encuesta realizada en la que se pregunta según el criterio de la muestra si para ellos existe una alta competencia en el servicio de adiestramiento canino en la ciudad, en la cual en su mayoría con un 90% contestaron que no. De esta manera junto a la estimación de la demanda actual se determinó un valor de la demanda insatisfecha.

4.5. Marketing Mix

4.5.1. Servicio.

La creación del centro de adiestramiento canino ofrecerá el servicio de cuidado, mantenimiento, entrenamiento y seguridad para sus mascotas y que puedan estar en un ambiente estable para las actividades que se ofrecerá en el centro de adiestramiento, así mismo en ofrecer la alimentación y lugares de descanso que permitan que el perro no obtenga estrés a la hora de interactuar con los demás.

Entre los servicios integrados del centro de adiestramiento encontraríamos tres principales:

El servicio de adiestramiento básico que consiste en entrenar al perro para que aprenda el comportamiento básico como lo es el obedecer a comandos como el sentarse, estar quieto o acudir cuando se lo llama, así como también el poder controlar sus impulsos como morder objetos del hogar, no saltar sobre las personas, interactuar con otros perros o el entorno de manera sana, o el caminar sin tirar la correa.

También el adiestramiento más complejo, en el que se trataría con perros que ya han presentado conductas agresivas o comportamiento destructivo que afecten de manera negativa al entorno o a ellos mismos, para que se puedan mitigar ese tipo de problemas.

Por último, se brindaría el servicio de limpieza higiénica, el cual consiste en el baño, limpieza de oídos y el corte de uñas al canino.

4.5.2. Logo



Figura 15 logotipo

4.5.3. Precio.

Al ser que una empresa que no compite de manera tan directa con otras instituciones o negocios que dan un servicio parecido, en los precios la empresa se ajustará no precisamente del mercado, es decir, esta tendrá en cuenta los costos generados en primera instancia, también se tuvo en cuenta la respuesta de las personas encuestadas, considerando que hubo variedad en los precios que están dispuestos a pagar, se ha destacado el 47% los cuales corresponden a \$10,00 por sesión de adiestramiento.

De esta manera, se tomarán ambos factores para la estrategia del precio, en los que:

Tabla 19: precio de los servicios

Precio	
Sesión de adiestramiento básico	\$10,00
Sesión de adiestramiento complejo	\$20,00
Servicio de limpieza higiénica	\$15,00

4.5.4. Promoción.

Se usarán diversos medios de comunicación, entre los destacados las redes sociales, principalmente Facebook. Siendo esta la red social que más se destacó en la encuesta. También se usarán otros canales para publicitar los servicios como videos en Tiktoks, medios de distribución de información sobre el adiestramiento y sus beneficios en Facebook e Instagram, al igual que campañas promocionales en que concursen los perros con likes en diferentes redes sociales para ganar 3 sesiones de adiestramiento gratuitas.

4.5.5. Plaza

En cuestión de la plaza, es uno de los aspectos a considerar es el local, en el cual serán realizados principalmente los servicios, siendo en este el espacio de trabajo del cual los encuestados más optaron por que se realicen los entrenamientos a sus perros.

4.6. Estudio Técnico

El estudio técnico es considerado una parte fundamental en un estudio de factibilidad o prefactibilidad, en esta se cobra relevancia en los proyectos de inversión como la evaluación de un proyecto ya que se establecen los costos que se necesitaran para la implementación del proyecto, esta investigación técnica sirve de base para los cálculos y la evaluación financiera-económica del mismo. Por lo mismo, en el proyecto de inversión deberán mostrar variadas alternativas en el estudio técnico, permitiendo la elaboración desarrollo o producción del bien o servicio, de manera que, se identifiquen métodos y procesos que sean requeridos para la implementación.

A partir de lo anterior se desprende la necesidad de equipos y maquinarias para la producción, siendo favorable para que los empleados puedan trabajar de la mejor manera en el logro de objetivos relacionados a la elaboración del producto o en este caso servicio. De

misma forma, se establecen los análisis de la estrategia a seguir para la administración de las facultades del proceso, para acaparar la demanda durante el tiempo de planificación.

4.6.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se plantea con un enfoque en la rentabilidad, asegurando una gestión eficiente de los recursos y la generación de ingresos sostenibles. Para lograr esto, se realizará un análisis exhaustivo de los costos involucrados y los ingresos proyectados.

Tomando como base los datos obtenidos correspondientes a la demanda insatisfecha, las cuales son del 90% de personas encuestadas que consideran que no existe una alta competencia de este tipo de servicios.

4.6.2. Ingresos por Servicios

El modelo de ingresos se basa en la prestación de servicios de adiestramiento personalizado y adiestramiento básico. Por cada sesión de adiestramiento personalizado, se espera recibir una tarifa de \$25.00, mientras que por el adiestramiento básico se cobrará \$15.00 por sesión, asimismo, en el servicio de limpieza higiénica se espera cobrar una tarifa de \$15.00. Este enfoque de tarifas estratégicas tiene como objetivo maximizar los ingresos a través de una combinación de servicios atractivos para una variedad de clientes con perros que cuenten con la sustentabilidad económica dentro del sector urbano de la ciudad de Portoviejo. Cuenta con una proyección anual de ingresos de \$11 040,00. De misma manera se tiene planificado abordar servicios de capacitaciones a los dueños de los perros o de conciencia animal para la comunidad, así como se espera a futuro implementar un servicio de guardería, dependiendo el cómo logre despegar el negocio.

4.6.3. Distribución del espacio del establecimiento

El diseño y distribución del dentro de adiestramiento canino, se incluirán áreas necesarias para la ejecución de los servicios de adiestramiento, limpieza higiénica y un espacio para adecuarlo en caso de contar con un veterinario de confianza. Siendo la distribución la siguiente:

Área total del terreno: 181.5m²

1. Área de recepción: 17.5m²
2. Área de veterinaria: 17.5m²
3. Área de baño: 22.35m²
4. Área recreativa de los perros de razas pequeñas: 46.5m²
5. Área recreativa de los perros de razas más grandes: 46.2m²
6. Habitaciones para los perros: 15.3m²

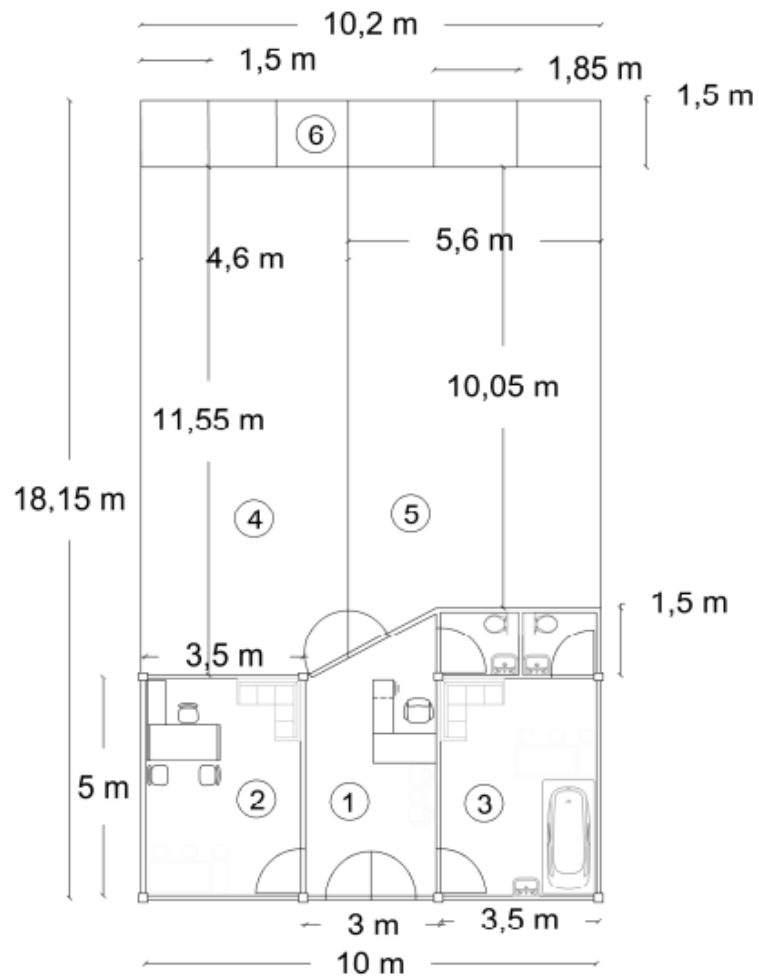


Figura 16 esquema grafico de la distribución del centro de adiestramiento canino

4.6.4. Localización del proyecto

La localización adecuada de un proyecto es uno de los factores fundamentales para obtener los mejores resultados en relación con rentabilidad de un negocio.

Macro localización

Tabla 20 macro localización

FACTORES LOCALIZACIONALES	OPCIONES DE MACROLOCALIZACIÓN					
	PORTOVIEJO			MANTA		
	PONDERAC	CALIFICAC	VALOR	PONDERAC	CALIFICAC	VALOR
Facilidades y costos de transporte	0,12	9	1,08	0,12	8	0,96
Disponibilidad y costo de mano de obra	0,13	9	1,17	0,13	6	0,78
Disponibilidad y costo de materias primas	0,12	6	0,72	0,12	8	0,96
Disponibilidad y costo de energía eléctrica	0,1	9	0,90	0,1	8	0,8
Disponibilidad y costo de combustible	0,05	9	0,45	0,05	8	0,4
Disponibilidad y costo de agua	0,07	9	0,63	0,07	9	0,63
Localización del Mercado	0,12	8	0,96	0,12	8	0,96
Dispon, caract topográficas y costos terrenos	0,00	7	0,00	0,00	7	0
Facilidades de distribución	0,00	9	0,00	0,00	5	0
Comunicaciones	0,12	9	1,08	0,12	9	1,08
Condiciones de vida	0,02	6	0,12	0,02	7	0,14
Leyes y reglamentos	0,04	9	0,36	0,04	9	0,36
Clima	0,00	10	0,00	0,00	10	0
Acciones para evitar contaminación medio ambiente	0,02	9	0,18	0,02	10	0,2
Disponibilidad y confiabilidad de sistemas de apoyo	0,02	7	0,14	0,02	9	0,18
Actitud de la comunidad	0,03	6	0,18	0,03	8	0,24
Zonas francas	0,01	8	0,08	0,01	7	0,07
Condiciones sociales y culturales	0,03	9	0,27	0,03	8	0,24
TOTAL	1,00		8,32	1,00		8

En la tabla se presenta una comparación de las dos opciones existentes en la macro localización, siendo el caso de Portoviejo y Manta. Cada opción fue evaluada en función de una serie de factores importantes relacionados con la ubicación. Con ponderaciones asignadas a cada factor para reflejar su importancia relativa en la toma de decisiones. Por consiguiente, se determinó la mejor ubicación considerando varios factores de cada ciudad, en las que salió como resultado favorable para Portoviejo.

Micro localización

Tabla 21 micro localización

FACTORES LOCALIZACIONALES	OPCIONES DE MICROLOCALIZACIÓN								
	PORTOVIEJO AV. 5 DE JUNIO			PORTOVIEJO PASO LATERAL			PORTOVIEJO CERCANO A LA ROTONDA		
	PONDERAC	CALIFICAC	VALOR	PONDERAC	CALIFICAC	VALOR	PONDERAC	CALIFICAC	VALOR
Localización urbana, suburbana y rural	0,06	9	0,54	0,06	8	0,48	0,06	9	0,54
Transporte del personal	0,03	9	0,27	0,03	7	0,21	0,03	8	0,24
Policía y bomberos	0,01	8	0,08	0,01	6	0,06	0,01	8	0,08
Costos de los terrenos	0,08	7	0,56	0,08	10	0,8	0,08	6	0,48
Cercanía a carreteras	0,02	10	0,2	0,02	10	0,2	0,02	10	0,2
Cercanía al aeropuerto	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Disponibilidad vías férreas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cercanía al centro de ciudad	0,05	10	0,5	0,05	7	0,35	0,05	9	0,45
Disponibilidad servicios básicos (luz, agua, gas, teléfono)	0,15	10	1,5	0,15	9	1,35	0,15	10	1,5
Tipo de drenajes	0,04	10	0,4	0,04	10	0,4	0,04	10	0,4
Condiciones de las vías urbanas y de carreteras	0,05	9	0,45	0,05	6	0,3	0,05	8	0,4
Disponibilidad de restaurantes	0	8	0	0	4	0	0	8	0
Recolección de basura y residuos	0,1	9	0,9	0,1	7	0,7	0,1	10	1
Restricciones locales	0,07	9	0,63	0,07	9	0,63	0,07	8	0,56
Impuestos	0,07	9	0,63	0,07	7	0,49	0,07	9	0,63
Tamaño del sitio	0,08	7	0,56	0,08	8	0,64	0,08	7	0,56
Forma del sitio	0,05	9	0,45	0,05	9	0,45	0,05	8	0,4
Características topográficas del sitio	0,07	8	0,56	0,07	8	0,56	0,07	9	0,63
Condiciones del suelo en el sitio	0,07	8	0,56	0,07	9	0,63	0,07	8	0,56
TOTAL	1		8,79	1		8,25	1		8,63

En la tabla de la micro localización se ven reflejados los diversos factores a tomar en cuenta al buscar la ubicación óptima para la empresa. De los cuales se acentúan aspectos como el transporte del personal, los servicios básicos, los costos de los terrenos, al igual del tamaño de estos, o la recolección de la basura y residuos, entre otros. Cada opción de la micro localización se evalúa en función a estos factores, asignándoles un valor ponderado según su importancia relativa. La puntuación total de cada opción se calcula sumando los valores ponderados de cada factor evaluado. Esto permite comparar las diferentes opciones y determinar cual ofrece la mejor combinación de características para el proyecto. En este caso, se muestra que la opción de la Av. 5 de Junio en Portoviejo tiene la puntuación más alta, seguida por la opción del Paso Lateral y por último la opción de cercano a la Rotonda.

4.6.5. Ingeniería del proyecto

Una ingeniería en servicios se refiere a un enfoque y conjunto de metodologías usadas para lo que diseño, desarrollo o mejora de los servicios respecta de una manera más eficiente y efectiva. Esto quiere decir, que al ser los servicios algo intangible no se pueden almacenar o tocar como lo serían los productos, por lo mismo, estos se perciben y experimentan en interacciones y procesos. A partir de esto, lo que busca una ingeniería de servicios es la calidad, eficiencia, la optimización de procesos y generar con esto una satisfacción de los clientes brindándoles una experiencia positiva.

Flujograma del proceso

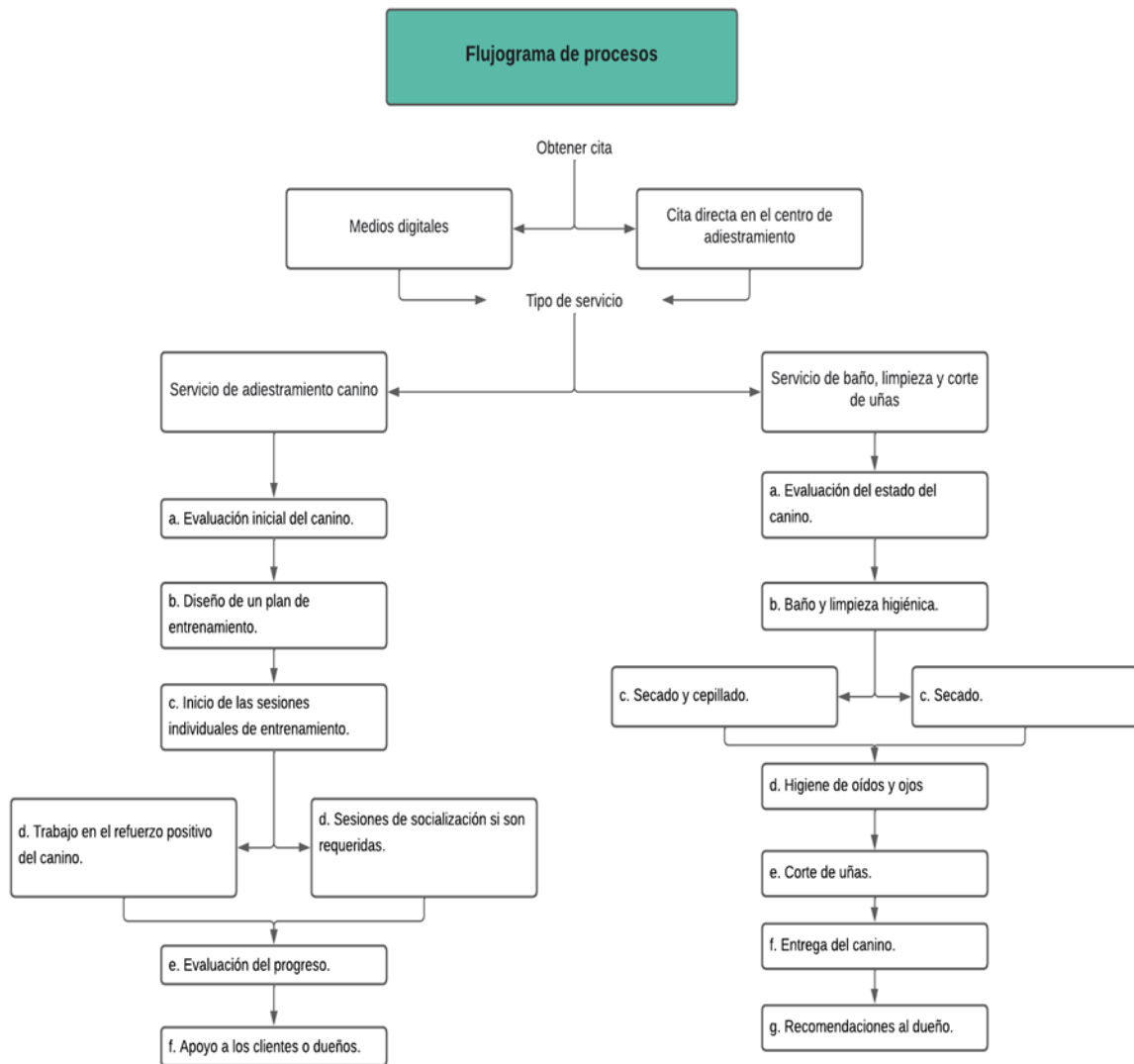


Figura 17 flujograma de proceso

En el centro de adiestramiento canino se ofrecerán servicios varios diseñados para la satisfacción de las necesidades únicas de cada perro y cliente. El enfoque se basa en brindar un entrenamiento efectivo y personalizado, así como, servicios de cuidado que garantizan el bienestar de los perros. Específicamente se brindan los siguientes servicios:

Adiestramiento completo de razas grandes, medianas y pequeñas:

En este servicio se realiza principalmente una evaluación inicial de cada perro para comprender su temperamento, nivel de obediencia y posibles comportamientos problemáticos. Esta evaluación permite al adiestrador diseñar un plan de entrenamiento personalizado.

Diseño de un plan de entrenamiento, dada la evaluación, se crea un plan de entrenamiento específico que se adapta a la raza, tamaño y necesidades del perro. Este plan establece los objetivos a lograr y los métodos de entrenamiento a utilizar.

Sesiones individuales de entrenamiento, en esta etapa el adiestrador trabajaría directamente con el perro y el propietario en sesiones de entrenamiento individuales. Durante estas sesiones, se abordan comandos básicos, obediencia avanzada, socialización y corrección de comportamientos no deseados.

En base a lo anterior, se trabajaría en el refuerzo positivo, recompensando y elogiando al perro por comportamientos deseables. Esto crea un ambiente de aprendizaje positivo y refuerza los lazos entre el perro y el propietario.

En caso de que el canino no sepa socializar con otros animalitos, se realizarían sesiones de socialización y el aprendizaje en entornos controlados, se ofrecen sesiones de entrenamiento en grupo. Estas permiten que los perros interactúen con otros, mejorando sus habilidades sociales.

Evaluación de progreso, en esta etapa, dado que cada perro tiene un ritmo y necesidades únicas, el plan de entrenamiento puede ajustarse y personalizarse en función de cómo responde el perro.

Apoyo a los clientes, se brinda a los propietarios las herramientas y técnicas necesarias para mantener y reforzar el entrenamiento en el hogar.

Servicio de baño, limpieza y corte de uñas:

Evaluación del estado del perro: antes de cualquier procedimiento, se evalúa el estado general del canino, analizando la salud de la piel, pelaje y uñas, ayudando a determinar los productos más convenientes.

Baño y limpieza: se comienza con el baño completo utilizando los productos seleccionados.

Secado y cepillado: se realiza el secado al canino para evitar problemas de hongos en la piel por humedad y se les aplican productos para la hidratación de la nariz, además se cepilla el pelaje en los perros con mucho pelo.

Higiene de oídos y ojos: Se realiza una limpieza suave de los oídos y los ojos para eliminar cualquier acumulación de suciedad. Esto es importante para prevenir infecciones y mantener la salud general del perro.

Corte de uñas: Se procede a cortar las uñas del perro de manera segura y precisa si llegar al nervio. El objetivo es evitar que las uñas crezcan demasiado y causen molestias o problemas en la marcha del perro.

Entrega del canino: Una vez completados todos los procedimientos, el perro se entrega al propietario limpio, fresco y cómodo.







Recomendaciones al dueño: Se proporcionan al propietario recomendaciones para el mantenimiento adecuado del pelaje, la piel, las uñas y la higiene en el hogar.

Maquinarias y equipos

Tabla 22 maquinarias y equipos del proceso productivo

Nombre	Característica	Cantidad	Costo Unitario	Total
Escritorio de oficina				
	Fabricado con paneles de partículas laminado preferidos ambientalmente certificados	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Computadora				
	Procesador: Intel Celeron N4500 (caché de 4M, base 1,1 GHz, hasta 2,8 GHz, doble núcleo (2 núcleos)) Sistema operativo: Windows 11 Home en modo S Memoria: Actualizado a 20GB DDR4 SDRAM Disco duro: actualizado a una unidad de estado sólido PCIe (SSD) de 1 TB Pantalla: Pantalla panorámica IPS Full HD (1920 x 1080) de 15,6" Gráficos: gráficos Intel UHD Cámara web: cámara HD 720p Batería: 2 celdas, iones de litio, 9 horas de duración máxima de la batería, 36.70 Wh de energía de la batería Conectividad WLAN: IEEE 802.11ac Gigabit Ethernet Bluetooth 5.0 Tecnología de Impresión: Inyección de tinta Heat-Free™ Micro Piezo de 4 colores (CMYK).	1	\$ 560,00	\$ 560,00
Impresora				
	Resolución Máxima de Impresión: Hasta 5.760 dpi x 1.440 dpi. Velocidad de Impresión ISO: Negro 10 ppm y color 5 ppm (A4/carta). Velocidad de Impresión: Negro 33 ppm y color 15 ppm (borrador, A4/carta). Copiar: Velocidad de Copiado ISO: Negro 7,7 cpm y color 3,8 cpm (A4/carta). Calidad de Copia: 1.200 dpi x 2.400 dpi. Tipo de Escáner: Cama plana con sensor de líneas CIS de color.	1	\$ 258,13	\$ 258,13
Silla de escritorio				
	Dimensiones: 23.75 x 26 x 38.25 - 42 pulgadas (ancho x profundidad x alto); ancho del asiento: 19.5 pulgadas; profundidad del asiento: 17.75 pulgadas; altura del brazo: 26.25 - 30 pulgadas Altura del asiento ajustable, ángulo de asiento ajustable y control de inclinación para una comodidad personalizable	1	\$ 89,34	\$ 89,34
Bañera de acero para perros				
	1. El material es acero inoxidable 304 2. El grosor es de 1.2mm 3. Proporcionar almohadilla de gasa antideslizante para los pies 4. 7.6cm antibloqueo y estanqueidad 5. Proporcionar grifo multifuncional con alta presión y ajuste de agua caliente y fría 6. Este fregadero es especialmente adecuado para tiendas de cuidado de mascotas de todos los tamaños	1	\$ 510	\$ 510

Tabla 23 materiales e insumos del proceso productivos

Nombre	Característica	Cantidad	Costo Unitario	Total
Arnés/Pechera				
	Accesorio que posee dos bandas o cintas que forman dos aros, uno alrededor del cuello o pecho, por delante de las patas delanteras, y la otra alrededor del tronco del perro, rodeando la caja torácica.	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Collar				
	Un collar de perros es resistente dependiendo el tipo de raza de tu perro. Que pueda tener el nombre identificativo de tu perro y tu teléfono en caso de que se pierda.	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Bozales				
	Se caracteriza por tener forma de tubo. Suelen ser de nylon. Rodean completamente el hocico del perro dejando un espacio muy escaso. Esto impide al animal poder abrir la boca lo suficiente para poder morder, pero tampoco puede comer, beber o jadear mientras lo lleva puesto.	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Clicker				
	Pequeño pulsador que emite un sonido parecido a un "click" (de ahí su nombre), básicamente se trata de una sencilla cajita con un botón que funciona como un reforzador positivo de conducta.	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Jaulas de viaje				
	Son pequeños recipientes portátiles utilizados para transportar pequeños animales como perros, gatos, conejillos de indias, etc.	4	\$ 54,90	\$ 219,60
Cortaúñas de perro				
	Dimensiones: 3cm largo x 21cm ancho x 9cm alto. Color: Gris.	1	\$ 13,80	\$13,80

4.6.6. Mano de obra

La mano de obra que será necesaria para la ejecución de los servicios de adiestramiento, recepción, administración y limpieza higiénica de los perros son:

La mano de obra directa contando con 3 empleados fijos, siendo estos el adiestrador, el asistente de adiestramiento y la persona encargada de la limpieza higiénica de los perros, los cuales laboraran lo establecido en la ley, es decir, las 8 horas diarias con el sueldo base de acorde a sus puestos y beneficios sociales en correspondientes a la ley laboral.

En mano de obra indirecta estarán presentes 2 trabajadores el gerente y el recepcionista, encargados de las actividades administrativas del centro de adiestramiento.

Tabla 24 Costos y gastos mano de obra

COSTOS Y GASTOS									
Sueldos Y Salarios		Sueldo	13ro	14to	Aporte Patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo Y Beneficios	Gasto Mensual
Cargo	Cantidad								
Gerente	1	500	41.67	37.50	60.75	41.67	20.83	702.42	702.42
Secretario/contador	1	480	40.00	37.50	58.32	40.00	20.00	675.82	675.82
Adiestrador	1	480	40.00	37.50	58.32	40.00	20.00	675.82	675.82
Encargado de la limpieza higiénica	1	480	40.00	37.50	58.32	40.00	20.00	675.82	675.82
Asistente	1	460	38.33	37.50	55.89	38.33	19.17	649.22	649.22
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	5	2400	200	187.5	291.6	200	100	3379.1	3379.1

4.7. Estudio Administrativo

4.7.1. F.O.D.A.

Fortalezas

- Ausencia de competencia directa en el servicio de adiestramiento canino: en el mercado actual de la ciudad no existe un centro de adiestramiento como tal al que puede acudir cualquier persona.
- Conocimiento y empatía por el cuidado de las mascotas caninas.

Oportunidades

- Demanda en aumento, para este tipo de servicios, dedicados al entrenamiento
- Aumento de la conciencia y cuidado animal.
- Oportunidades de presupuesto para el cuidado animal
- Programas de responsabilidad social.

Debilidades

- Cultura de la sociedad inicial: aún no existe mucha consciencia de fauna urbana en la sociedad ecuatoriana.
- Recursos limitados: No cuenta con muchos recursos económicos para el inicio de actividades.

Amenazas

- Competidores potenciales: si se llega a tener alta demanda, es posible que surjan más centros de adiestramiento o entrenadores certificados.
- Regulaciones y requisitos: cambios en las regulaciones locales o requisitos legales pueden afectar tus operaciones.
- Crisis económica: Fluctuaciones económicas pueden influir en la disposición de las personas para invertir en servicios de adiestramiento canino.

4.7.2. Misión, Visión y Valores corporativos

Misión

Brindamos un entorno de adiestramiento canino positivo, para que perros y sus dueños puedan fortalecer su relación a través de una formación afectiva y segura.

Visión

Ser un referente de adiestramiento canino reconocido en la ciudad de Portoviejo como destino principal para la formación y fortalecimiento de los vínculos entre dueños y sus mascotas caninas.

Valores

- Seguridad: Es el valor de sentir que en un lugar estaremos bien, que nada malo pasará.
- Conciencia animal: es aquella que se le “despierta” a un ser humano frente a las duras realidades que experimente cualquier animal, ya sea doméstico o salvaje, por el simple hecho de reconocer que son seres vivos y padecen dolor y sufrimiento
- Hospitalidad: requiere de un encuentro entre el que acoge y el que es acogido, y que acaba convirtiendo al extraño en alguien familiar.
- Responsabilidad: se caracteriza por la capacidad del individuo de actuar de la manera correcta (o de acuerdo a lo esperado) y comprometerse con propósitos conjuntos.
- Tolerancia: consiste en el respeto, la aceptación y el aprecio de la rica diversidad de las culturas de nuestro mundo, de nuestras formas de expresión y medios de ser humanos.
- Confianza: Es sentir la seguridad de una conducta o resultado futuros, ya sea de una acción o esperanza propia, de un tercero o de un objeto.

4.7.3. Organigrama

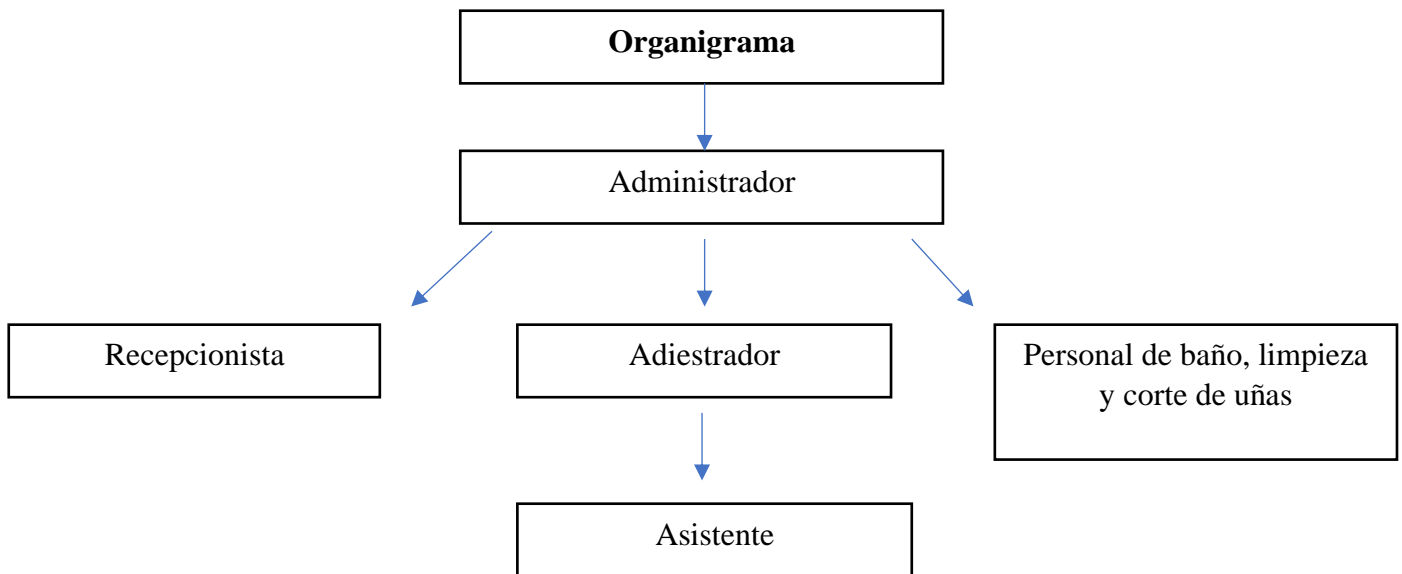


Figura 18 organigrama

Funciones principales:

Administrador:

Gestión y supervisión de operaciones diarias.

Toma de decisiones estratégicas.

Administración de recursos y personal.

Mantenimiento de registros y documentación.

Recepcionista:

Atención al cliente.

Reserva de citas y manejo de agendas.

Contestación de llamadas y correos electrónicos.

Manejo de pagos y facturación.

Adiestrador Canino:

Entrenamiento y socialización de perros.

Desarrollo de planes de entrenamiento personalizados.

Capacitación básica a los dueños sobre el comportamiento canino.

Evaluación y seguimiento del progreso de los perros.

Asistente de Adiestrador Canino:

Apoyo al adiestrador principal en las sesiones de entrenamiento.

Cuidado y supervisión de los perros durante el entrenamiento.

Preparación de materiales y equipo necesario.

Persona que baña, limpia y corta las uñas de los perritos:

Baño y aseo de los perros.

Limpieza de jaulas y áreas de trabajo.

Corte de uñas y cuidado de la higiene de los perros.

Vigilancia de la salud y bienestar de los perros durante el proceso.

4.8. Estudio Legal

Toda empresa que no conste con un estudio legal, tendrá dificultades en su funcionamiento, siendo esta una parte fundamental para cumplir con las actividades de la menor manera. El estudio legal de una empresa es una evaluación exhaustiva de todos los aspectos legales que afectan su funcionamiento, desde la estructura legal de una empresa hasta el cumplimiento de los reglamentos y regulaciones que se necesiten para el sector en que se rija dicha empresa.

4.8.1. Tipo de empresa

Tabla 25 tipo de empresa: sociedad anónima (LEY DE COMPAÑIAS, 2017)

Sociedad Anónima

Razón Social

A pesar de aun no encontrarse especificado de manera legal, se espera que el nombre legal que se use en los registros será "Buen Chico Adiestramiento Profesional S.A."

Capacidad de invertir: Accionistas

Una Sociedad Anónima requiere de mínimo 2 accionistas para constituirse. A menos que exista participación de instituciones de derecho público o privado con finalidad social.

Requisitos para constituir la empresa de manera legal

1. Selección del tipo de empresa.
2. Reserva del nombre comercial.
3. Preparación de la documentación.
4. Capital mínimo necesario.
5. Registro en la Superintendencia de Compañías.
6. Obtención del RUC.
7. Registro de los empleados.
8. Cumplimiento de obligaciones contables y tributarias (inLegal, 2023).

Considerando estos pasos, es importante conseguir los permisos de funcionamientos debidos con las instituciones correspondientes:

Superintendencia de compañías:

El nombre. - En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC). El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra. El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación. - La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que

se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Forma de constitución

Constitución simultánea. - Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

Constitución sucesiva. - Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores

Accionistas

Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

Números de accionistas. - La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

Capital

Capital mínimo. - El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital

puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas (Dieciséis mil dólares de los Estados Unidos de América), , según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R. O. 379 de 8 de agosto de 1998. Así también, si se desea constituir una compañía de salud y medicina prepagada, conforme lo dispone el artículo 4 de la Ley que regula el funcionamiento de las

Empresas Privadas de Salud y Medicina Prepagada, publicada en el R. O. 12, del 26 de agosto de 1998, deberán ser sociedades anónimas, nacionales o extranjeras. Su objeto social será el financiamiento de los servicios de salud y medicina y tendrá un capital pagado mínimo de ochenta mil (80,000) UVC`S (doscientos diez mil trescientos doce dólares de los Estados Unidos de América.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el aporte y transferías de dominio de bienes tangibles e intangibles, así como aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal descritos en la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

Acciones. - La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo

170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley (Equipo Legal Ecuador, 2018).

Requisitos Servicios de Rentas Internas (SRI) para la inscripción de constitución de compañías o sociedades:

Requisitos Obligatorios:

- Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:
- Cédula de identidad (Presentación física o digital)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público (Portal Único De Tramites Ciudadanos, 2023)

Requisitos alternativos para el canal presencial (suplen la presentación de un requisito básico):

- Pasaporte ordinario (Presentación).
- Certificado de presentación (Presentación).
- Certificado de exención (Presentación).
- Licencia de conducir (Presentación).

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Escritura pública de constitución.
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.

Requisitos para registrar la compañía en el IEES

- Formulario de inscripción.
- Copia de cedula de identidad de accionistas, socios y representantes legales.
- Copia de RUC.
- Comprobante de pago.
- Acta de constitución.
- Estatutos de la empresa.
- Nómina de trabajadores.

Requisitos para obtener la licencia de funcionamiento ante la municipalidad:

- Formulario de solicitud.
- Copia de RUC.
- Copia de contrato de arrendamiento.
- Planos de construcción.
- Comprobante de pago de la tasa correspondiente para la licencia de funcionamiento.
- Certificado de zonificación del uso de suelo local en el que se establece la empresa.
- Certificado de bomberos.

Requisitos para la obtención de cuenta bancaria empresarial:

- Documentación de la empresa, como el RUC, escrituras y estatutos de la empresa.
- Identificación de los representantes legales. Con la copia de cedula del presidente, gerente general, apoderados, entre otros.
- Comprobantes de domicilio.
- Nómina de trabajadores.
- Referentes comerciales, de los proveedores y clientes de la empresa en caso de tenerlos.

Conclusiones

Fue posible identificar mediante un enfoque combinado de análisis cuantitativo y cualitativo, la valoración del impacto positivo que tendría el proyecto en la ciudad de Portoviejo, ya que en los resultados del análisis de la encuesta se vio que existe una demanda insatisfecha a falta de ofertas en este tipo de servicios, de manera que también existe una alta posibilidad de resistencia.

De misma forma, mediante el presente estudio de prefactibilidad, establecer de una manera más clara características de la población que puede estar interesado en adquirir este tipo de servicios, los cuales en una gran mayoría son jóvenes y adultos jóvenes, lo cual da indicio a que la factibilidad del proyecto en la actualidad es más baja de lo que será en un futuro próximo.

La empresa “Buen Chico” se establecerá como sociedad anónima bajo los reglamentos en ley requeridos según la Superintendencia de Compañías, de misma manera deberá tener en consideración los diversos permisos que son necesarios para que de inicio a sus actividades, dividiéndose en las entidades encargadas de darlos como lo son:

- Superintendencia de Compañías.
- Servicios de Rentas Internas (SRI).
- Cuerpo de Bomberos de Portoviejo.
- Municipio de Portoviejo.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

En lo que compete en las áreas administrativas y operativas los cargos necesarios serán:

- Gerente.
- Secretaria.

- Adiestrador.
- Asistente de adiestramiento.
- Encargado de la limpieza higiénica de los canes.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.1. Título de la propuesta

Estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

5.2. Autores de la propuesta

Danna Elizabeth Cedeño Barreiro

5.3. Área que cubre la propuesta

Este proyecto abarca la zona urbana de la ciudad de Portoviejo de la provincia de Manabí.

5.4. Fecha de presentación

Abril 2023

5.5. Fecha de terminación

Febrero 2024

5.6. Duración del proyecto

La duración de este proyecto de prefactibilidad, se rige en base al cronograma otorgado por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, luego de haber sido aprobada la propuesta dada, siendo el proyecto dividido en capítulos para su mejor explicación; siendo explicados desde los ámbitos teóricos, técnicos, legales, financiero, e incluso desde el punto de vista del mercado, lo cual puede servir de aporte para investigaciones futuras.

5.7. Participantes del proyecto

Autores del proyecto

Tutores y docentes de titulación

Habitantes de la ciudad de Portoviejo que tengan perros.

5.8. Objetivo general de la propuesta

Desarrollar un estudio financiero que determine la prefactibilidad en la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo.

5.9. Objetivos específicos

- Analizar costos y gastos del proyecto de prefactibilidad en la implementación de este proyecto.
- Realizar un pronóstico de la inversión requerida para dar inicio al proyecto.
- Determinar la viabilidad en comparación a la inversión necesaria para realizar el proyecto.

5.10. Beneficios directos

Autor del proyecto

5.11. Beneficios indirectos

Habitantes de la ciudad de Portoviejo que tengan perros.

5.12. Impacto de la propuesta

la realización de un estudio de prefactibilidad de un proyecto de centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo, representa una oportunidad estratégica vinculada al bienestar y la calidad de vida de sus habitantes, así como el fomento económico en esta área, el principal impacto generado reflejaría las oportunidades de competencia y un aumento de la demanda de este servicio, así como también, el desarrollo de la convivencia armónica entre

las mascotas y la comunidad, y mejorar la calidad de vida de los dueños al contar con mascotas bien adiestradas y equilibradas.

A pesar de las oportunidades que ofrece el proyecto, se pueden enfrentar a retos considerables relacionados a la resistencia al cambio por parte de las personas de la comunidad, así como la necesidad de establecer políticas y regulaciones claras para garantizar el bienestar de las mascotas y la seguridad de la comunidad en general.

5.13. Descripción de la propuesta

En la siguiente propuesta, tiene como objetivo evaluar la rentabilidad y viabilidad de un estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo, incentivando el cuidado y bienestar de los perros con su entorno. Siendo el adiestramiento no solo una actividad recreativa, sino que también promueve la interacción positiva entre los dueños y sus mascotas, fomentando una relación de respeto mutuo y confianza, enfocándose en ofrecer una amplia gama de servicios que incluye el adiestramiento básico y el complejo, baño, corte de uñas, limpieza de orejas, asesoramiento a los dueños, entre otros.

Tabla 26 descripción de la tasa (Banco Pichincha, 2024)

PLAZO PRÉSTAMO EN MESES	36		
TASA INTERÉS ANUAL	15,60%	TASA EFECTIVA MENSUAL	1,22%
TASA DE DESCUENTO	5,14%	TASA INTERNA DE RETORNO	44,63%

El establecimiento de la empresa se estima llevarse a cabo con inversión de parte de crowdfunding inversión de accionistas e inversión propia.

Ingresos

Tabla 27 cantidad mensual y anual de proyección de ingresos

Producción (En Cantidad Mensual)																	
DESCRIPCIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete básico	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4320	4441	4565	4693	4825
Paquete completo	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	4934	5073	5215	5361
Limpieza higiénica	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4320	4441	4565	4693	4825
TOTAL	1120	1120	1120	1120	1120	1120	1120	1120	1120	1120	1120	1120	13440	13816	14203	14601	15010

En la tabla se visualizan los ingresos pronosticados, especificando las cantidades que obtendrían los servicios que se ofertan como el paquete básico, el complejo y los servicios de limpieza higiénica presentando los ingresos de manera mensual y la estimación anual a 5 años.

Tabla 28 proyección de ingresos en USD

PROYECCION DE INGRESOS (EN USD)					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete básico	4320.0	4440.96	4565.31	4693.14	4824.54
PVP	15.0	15.11	15.22	15.33	15.44
INGRESO PAQ. BASICO	64800.0	67094.02	69469.26	71928.58	74474.97
Paquete completo	4800.0	4934.40	5072.56	5214.59	5360.60
PVP	30.0	30.22	30.43	30.65	30.87
INGRESO DE PAQ COMPLETO	144000.0	149097.83	154376.13	159841.29	165499.93
Limpieza higiénica	4320.0	4440.96	4565.31	4693.14	4824.54
PVP	15.0	15.11	15.22	15.33	15.44
INGRESO Limpieza higiénica	64800.0	67094.02	69469.26	71928.58	74474.97
INGRESOS TOTALES	273600.0	283285.88	293314.65	303698.46	314449.87

En la tabla 28 corresponde a la visualización de los ingresos estimados de manera anual en la empresa de adiestramiento canino. se muestran los ingresos correspondientes por cada servicio con las proyecciones correspondientes de 5 años.

Control de materiales directos

Tabla 29 costos y gastos de la materia prima directa mensual

COSTOS Y GASTOS												
MATERIA PRIMA MENSUAL												
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	PAQUETE BÁSICO			PAQUETE COMPLETO			LIMPIEZA HIGIENICA			TOTAL	
		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
Fundas	Unidad	1440	0.5	720	1600	0.5	800	360	0.5	180	1700	
Toallas	Unidad	0	7	0	0	7	0	360	7	2520	2520	
Algodón	Unidad	0	1	0	0	1	0	72	1	72	72	
Comida para perros		72	25	1800	100	25	2500	0	25	0	4300	
Premios Para perros		72	25	1800	100	25	2500	90	25	2250	6550	
Shampoo para perros		0	10	0	0	10	0	90	10	900	900	
Shampoo para perros antialergias		0	10	0	0	10	0	90	10	900	900	
Acondicionador para perros		0	0	0	0	0	0	90	0	0	0	
COSTO VARIABLE TOTAL				4320				5800			6822	16942
COSTO VARIABLE UNITARIO				12				14.5			18.95	15.13

La presente tabla corresponde a los costos detallados, correspondientes de cada producto utilizados en los servicios que se brindarían en la empresa, detallando de misma forma los costos unitarios, las cantidades utilizadas y el costo total estimado.

Tabla 30 remuneración

COSTOS Y GASTOS									
Sueldos Y Salarios		Sueldo	13ro	14to	Aporte Patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo Y Beneficios	Gasto Mensual
Cargo	Cantidad								
Gerente	1	500	41.67	37.50	60.75	41.67	20.83	702.42	702.42
Secretario/contador	1	480	40.00	37.50	58.32	40.00	20.00	675.82	675.82
Adiestrador	1	480	40.00	37.50	58.32	40.00	20.00	675.82	675.82
Encargado de la limpieza higiénica	1	480	40.00	37.50	58.32	40.00	20.00	675.82	675.82
Asistente	1	460	38.33	37.50	55.89	38.33	19.17	649.22	649.22
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	5	2,400	200	187.5	291.6	200	100	3,379.1	3,379.1

La tabla detalla de manera específica dependiendo los cargos requeridos del personal, junto a la remuneración estimada de cada puesto como lo son el gerente, la secretaria, los encargados del adiestramiento canino y la persona encargada de la limpieza higiénica de los canes. Estableciendo los sueldos y los beneficios en ley correspondientes.

Tabla 31 gasto mensual de mano de obra

MANO DE OBRA DIRECTA	1,907.78
MANO DE OBRA INDIRECTA	2,107.25

Al igual que la tabla anterior, se visualiza el costo de los sueldos, pero en este caso de manera mensual y fraccionándolas por mano de obra directa e indirecta.

Tabla 32 gasto servicios básicos mensual

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Agua	\$ 150.00
Energía eléctrica	\$ 140.00
Teléfono celular	\$ 30.00
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 320.00

La tabla 32 detalla los gastos estimados en los servicios básicos requeridos para la ejecución de actividades y funcionamiento administrativo.

Tabla 33 transporte y publicidad

Gastos de transporte y Publicidad	Cantidad	Valor Unit.	Total
Publicidad en redes sociales	1	50.00	50.00
Combustible para traslado	2	30.00	60.00
Total	1	80.00	110.00

Se visualizan los costos mensuales correspondientes del transporte y publicidad, detallando en publicidad un gasto de \$50,00 mensuales por unidad, mientras que en el combustible de traslado o transporte un valor de \$30,00 por cantidad, dando un total de \$110,00 total mensual.

Tabla 34 gasto de depreciación mensual

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Gasto de Depreciación Mensual	106.78

La presente tabla detalla los gastos de la depreciación del de los equipos y el edificio refleja un valor estimado de \$106,78.

Tabla 35 estados de costos de producción proyectados

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADO		
Materia Prima Directa		
Inventario Inicial de Materia Prima		
Compras	16042	
Fletes		16042
Material Disponible		16042
Menos: Inventario Final		
Material Utilizado en Producción		16042
Menos: Inventario Final de Materia Prima		
Materia Prima Directa (Utilizada)		16042
Mano de Obra Directa		
Sueldos de Fabricación	1907.775	
Menos: Mano de Obra Indirecta		
Mano de Obra Directa		1907.775
Mano de Obra Indirecta		
	2107.25	
Servicios Básicos		320
Transporte		60
Publicidad		50
Depreciación	68.3550556	
Costos Indirectos de Fabricación		2537.25
Costos de Productos Fabricados		20487.02
Unidades Producidas		1336
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		15.33

La tabla 35 detalla los costos determinados en el servicio, describiendo los valores a pagar de materia prima proyectados mensuales, así como, valores de sueldos, viáticos de los trabajadores, gastos administrativos entre otros gastos proyectados en la producción del servicio.

Tabla 36 gastos totales

GASTOS						
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	3379.10	40549.20	42000.86	43504.49	45061.95	46675.17
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	320.00	3840.00	3977.47	4119.87	4267.36	4420.13
GASTO COMBUSTIBLE		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO TRANSPORTE	60.00	720.00	745.78	772.47	800.13	828.77
GASTO ARRIENDO	500.00	6000.00	6214.80	6437.29	6667.74	6906.45
GASTO PUBLICIDAD	50.00	600.00	621.48	643.73	666.77	690.65
OTROS GASTOS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SUBTOTAL GASTOS	4309.10	51709.20	53560.39	55477.85	57463.96	59521.17
% IMPREVISTOS	0.03					
TOTAL DE GASTOS	4438.37	53260.48	55167.20	57142.19	59187.88	61306.80
COSTO FIJO UNITARIO		3.96	3.99	4.02	4.05	4.08

En la tabla 36 se visualizan los gastos totales estimados de manera mensual y proyectados a 5 años. Siendo estos las sumas de las deudas necesarias para el cumplimiento de objetivos, se detallan gastos como los sueldos, los servicios básicos, el transporte y la publicidad.

Tabla 37 depreciación y amortización

GASTO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN						
DESCRIPCIÓN	AÑOS DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO						
EDIFICIO	20	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50
VEHICULO	5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00
HERRAMIENTAS	5	427.16	427.16	427.16	427.16	427.16
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	266.67	266.67	266.67	0.00	0.00
EQUIPOS DE OFICINA	10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MUEBLES Y ENSERES	10	39.93	39.93	39.93	39.93	39.93
OTROS ACTIVOS FIJOS	2	25.00	25.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DEPRECIACIÓN		820.26	820.26	795.26	528.59	528.59
ACTIVO DIFERIDO						
GASTO DE CONSTITUCIÓN	5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL AMORTIZACIÓN		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

En la tabla 37 se visualizan los valores de la depreciación y la amortización de los activos fijos con los que contaría la empresa.

Tabla 38 inversión de la propuesta

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN							TOTAL	% PARTICIPACIÓN
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
CAPITAL DE TRABAJO	21380.37							21380.37	0.83
ACTIVO FIJO	4105.14							4105.14	0.16
EDIFICIO	210.00							210.00	
VEHICULO								0.00	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	510.00							510.00	
HERRAMIENTAS	2135.80							2135.80	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	800.00							800.00	
EQUIPOS DE OFICINA								0.00	
MUEBLES Y ENSERES	399.34							399.34	
TERRENO	0.00							0.00	
OTROS ACTIVOS FIJOS	50.00							50.00	
ACTIVO DIFERIDO	0.00							0.00	0.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	0.00							0.00	
OTROS ACTIVOS	300.00							300.00	0.01
MARCAS Y PATENTES	300.00							300.00	
INVERSIÓN TOTAL	25785.51	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	25785.51	1.00

La tabla de inversión presenta los costos y el tipo de inversión necesaria para el iniciar la propuesta, de los cuales la mayor participación se encuentra en el activo fijo con un 16%. Siendo el valor total requerido \$25 785,51.

Tabla 39 capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	PREVISIÓN	TOTAL MES	TOTAL
MATERIA PRIMA	1	\$ 16,942.00	\$ 16,942.00
GASTOS	1	\$ 4,438.37	\$ 4,438.37
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	1	\$ 21,380.37	\$ 21,380.37

Se logra visualizar en la tabla 39 los puntos requeridos en las actividades de los servicios ofertados por el centro de adiestramiento, detallando de esta manera un total del capital de trabajo de \$ 21,380.37 mensual.

Tabla 40 estructura de costo total

ESTRUCTURA DEL COSTO UNITARIO			
DESCRIPCIÓN	Paquete básico	Paquete completo	Limpieza higiénica
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 12.00	\$ 14.50	\$ 18.95
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 3.96	\$ 3.96	\$ 3.96
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 15.96	\$ 18.46	\$ 22.91
PVP	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ 15.00
% UTILIDAD	-6.03%	62.49%	-34.53%

Se visualiza en la presente tabla, la estructura de los costos totales mediante la suma de costos fijos totales y los costos variables totales, con lo que se logra identificar ingresos de la empresa por los servicios dados, de los cuales en la limpieza higiénica se precisa un valor en negativo.

Tabla 41 financiamiento

FINANCIAMIENTO	FUENTE				
	DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	PROPIA	DONACIÓN	PRÉSTAMO
CAPITAL DE TRABAJO	21380.37	10000.00			11380.37
ACTIVO FIJO	4105.14	9000.00			-4894.86
EDIFICIO	210.00				210.00
VEHICULO	0.00				0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	510.00				510.00
HERRAMIENTAS	2135.80				2135.80
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	800.00				800.00
EQUIPOS DE OFICINA	0.00				0.00
MUEBLES Y ENSERES	399.34				399.34
TERRENO	0.00				0.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	50.00				50.00
ACTIVO DIFERIDO	0.00				0.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	0.00				0.00
OTROS ACTIVOS	300.00				300.00
MARCAS Y PATENTES	300.00	300.00			0.00
FINANCIAMIENTO TOTAL	25785.51	19000.00		0.00	6785.51
% PARTICIPACIÓN	100%	0.74		0.00	0.26

Se exhibe que, la empresa requiere de un total de \$25 785,51 para su inversión, de la cual, \$19 000,00 corresponde a inversión propia y \$6 758,51 de inversión correspondiente a préstamo bancario.

Tabla 42 financiamiento en participación

FINANCIAMIENTO	
DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
PROPIA	74%
DONACIÓN	0%
PRÉSTAMO	26%
TOTAL	100%

Por cómo se ve en la tabla, se busca por medio del financiamiento por medio de identidad bancaria con una participación de 26% y financiamiento propio con participación del 74%.

Tabla 43 inversión y financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 6,785.51	\$ 82.47	\$ 233.84	\$ 151.37
2	\$ 6,634.14	\$ 80.63	\$ 233.84	\$ 153.21
3	\$ 6,480.92	\$ 78.77	\$ 233.84	\$ 155.08
4	\$ 6,325.85	\$ 76.88	\$ 233.84	\$ 156.96
5	\$ 6,168.89	\$ 74.98	\$ 233.84	\$ 158.87
6	\$ 6,010.02	\$ 73.04	\$ 233.84	\$ 160.80
7	\$ 5,849.22	\$ 71.09	\$ 233.84	\$ 162.75
8	\$ 5,686.47	\$ 69.11	\$ 233.84	\$ 164.73
9	\$ 5,521.73	\$ 67.11	\$ 233.84	\$ 166.73
10	\$ 5,355.00	\$ 65.08	\$ 233.84	\$ 168.76
11	\$ 5,186.24	\$ 63.03	\$ 233.84	\$ 170.81
12	\$ 5,015.43	\$ 60.96	\$ 233.84	\$ 172.89
13	\$ 4,842.54	\$ 58.85	\$ 233.84	\$ 174.99
14	\$ 4,667.55	\$ 56.73	\$ 233.84	\$ 177.12
15	\$ 4,490.44	\$ 54.58	\$ 233.84	\$ 179.27
16	\$ 4,311.17	\$ 52.40	\$ 233.84	\$ 181.45
17	\$ 4,129.72	\$ 50.19	\$ 233.84	\$ 183.65
18	\$ 3,946.07	\$ 47.96	\$ 233.84	\$ 185.88
19	\$ 3,760.19	\$ 45.70	\$ 233.84	\$ 188.14
20	\$ 3,572.04	\$ 43.41	\$ 233.84	\$ 190.43
21	\$ 3,381.61	\$ 41.10	\$ 233.84	\$ 192.74
22	\$ 3,188.87	\$ 38.76	\$ 233.84	\$ 195.09
23	\$ 2,993.78	\$ 36.39	\$ 233.84	\$ 197.46
24	\$ 2,796.32	\$ 33.99	\$ 233.84	\$ 199.86
25	\$ 2,596.46	\$ 31.56	\$ 233.84	\$ 202.29
26	\$ 2,394.18	\$ 29.10	\$ 233.84	\$ 204.75
27	\$ 2,189.43	\$ 26.61	\$ 233.84	\$ 207.23
28	\$ 1,982.20	\$ 24.09	\$ 233.84	\$ 209.75
29	\$ 1,772.45	\$ 21.54	\$ 233.84	\$ 212.30
30	\$ 1,560.14	\$ 18.96	\$ 233.84	\$ 214.88
31	\$ 1,345.26	\$ 16.35	\$ 233.84	\$ 217.49
32	\$ 1,127.77	\$ 13.71	\$ 233.84	\$ 220.14
33	\$ 907.63	\$ 11.03	\$ 233.84	\$ 222.81
34	\$ 684.82	\$ 8.32	\$ 233.84	\$ 225.52
35	\$ 459.30	\$ 5.58	\$ 233.84	\$ 228.26
36	\$ 231.04	\$ 2.81	\$ 233.84	\$ 231.04
TOTAL		\$ 1,632.86	\$ 8,418.37	\$ 6,785.51

Tabla 44 resumen de la tabla de amortización

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Centro de Adiestramiento Canino				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 6,785.51	\$ 863.15	\$ 2,806.12	\$ 1,942.97
2	\$ 4,842.54	\$ 560.05	\$ 2,806.12	\$ 2,246.08
3	\$ 2,596.46	\$ 209.66	\$ 2,806.12	\$ 2,596.46
4	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL		\$ 1,632.86	\$ 8,418.37	\$ 6,785.51

En las tablas anteriores se ven reflejado el préstamo a pagar en un periodo de 36 meses, es decir, a 3 años. Cada fila muestra un periodo específico, comenzando desde el primer año hasta el tercero y finalizando con el total acumulado. En la columna de capital insoluto, refleja el monto del préstamo que aún no ha sido pagado al inicio de cada periodo. El interés indica la cantidad de dinero que se paga como interés sobre el capital insoluto en cada periodo. La columna de Cuota muestra un monto total que se paga en cada periodo, los cuales incluye una parte destinada al capital y otra al pago de intereses. finalmente, la columna de Capital Pagado muestra la cantidad que se ha pagado en cada periodo, reduciendo así el capital insoluto.

Estado Situación Financiero

Tabla 45 Estado de situación financiero

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
CENTRO DE ADIESTRAMIENTO CANINO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	25785.51	59614.44	71771.60	83885.73	99499.55	115447.27
CORRIENTE	21380.37	56029.56	69006.98	81916.37	98058.79	114535.10
CAJA/BANCOS	21380.37	56029.56	69006.98	81916.37	98058.79	114535.10
FIJO	4105.14	3284.88	2464.62	1669.36	1140.76	612.17
EDIFICIO	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
DEP. AC. EDIFICIO		-10.50	-21.00	-31.50	-42.00	-52.50
VEHICULO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEP. AC. VEHICULO		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	510.00	510.00	510.00	510.00	510.00	510.00
DEP. AC. MAQUINARIA Y EQUIPOS		-51.00	-102.00	-153.00	-204.00	-255.00
HERRAMIENTAS	2135.80	2135.80	2135.80	2135.80	2135.80	2135.80
DEP. AC. HERRAMIENTAS		-427.16	-854.32	-1281.48	-1708.64	-2135.80
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
DEP. AC. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		-266.67	-533.33	-800.00	-800.00	-800.00
EQUIPOS DE OFICINA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEP. AC. EQUIPOS DE OFICINA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
MUEBLES Y ENSERES	399.34	399.34	399.34	399.34	399.34	399.34
DEP. AC. MUEBLES Y ENSERES		-39.93	-79.87	-119.80	-159.74	-199.67
TERRENO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		-25.00	-50.00	-50.00	-50.00	-50.00
DIFERIDO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
AMORT. AC. GASTO DE CONSTITUCIÓN		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
OTROS ACTIVOS	1400.00	1400.00	1400.00	1400.00	1400.00	1400.00
MARCAS Y PATENTES / SOFTWARE	1400.00	1400.00	1400.00	1400.00	1400.00	1400.00
PASIVO	6785.51	7145.36	5019.88	2556.96	2707.82	2789.45
PASIVO CORRIENTES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
15% EMPLEADOS		2302.82	2423.41	2556.96	2707.82	2789.45
IMPUESTO A LA RENTA 0%		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PASIVO NO CORRIENTES	6785.51	4842.54	2596.46	0.00	0.00	0.00
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	6785.51	4842.54	2596.46	0.00	0.00	0.00
PATRIMONIO	19000.00	32049.29	45781.97	60271.42	75615.72	91422.59
CAPITAL SOCIAL	19000.00	19000.00	19000.00	19000.00	19000.00	19000.00
UTILIDAD RETENIDA			13049.29	26781.97	41271.42	56615.72
UTILIDAD DEL EJERCICIO		13049.29	13732.67	14489.45	15344.30	15806.87
PASIVO Y PATRIMONIO	25785.51	39194.65	50801.84	62828.38	78323.54	94212.04

Mediante la tabla 45 que refleja el estado de situación financiera estimado del centro de adiestramiento canino, fueron detallados los valores de activos, pasivos y el patrimonio de la

empresa, demostrando de manera individual las cifras que corresponden a cada uno, siendo que la empresa cuenta con un valor inicial de \$25785.51, mientras que en los pasivos cuenta con un valor de \$6785.51 que corresponden al préstamo a largo plazo, y también cuenta con un valor en el patrimonio de \$19000.00 correspondientes al capital de los socios.

Estado de Resultados

Tabla 46 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CENTRO DE ADIESTRAMIENTO CANINO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS	273600.00	283285.88	293314.65	303698.46	314449.87
VENTAS	273600.00	283285.88	293314.65	303698.46	314449.87
GASTOS OPERATIVOS	257384.74	266569.74	276058.58	285646.34	295853.55
COSTO VARIABLE TOTAL	203304.00	210582.28	218121.13	225929.87	234018.15
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	40549.20	42000.86	43504.49	45061.95	46675.17
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	3840.00	3977.47	4119.87	4267.36	4420.13
GASTO COMBUSTIBLE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO TRANSPORTE	720.00	745.78	772.47	800.13	828.77
GASTO ARRIENDO	6000.00	6214.80	6437.29	6667.74	6906.45
GASTO PUBLICIDAD	600.00	621.48	643.73	666.77	690.65
OTROS GASTOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO IMPREVISTOS	1551.28	1606.81	1664.34	1723.92	1785.64
GASTO DEPRECIACIÓN	820.26	820.26	795.26	528.59	528.59
GASTO AMORTIZACION	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA	16215.26	16716.13	17256.07	18052.12	18596.32
GASTO FINANCIERO	863.15	560.05	209.66	0.00	0.00
UTILIDAD/PERDIDA BRUTA	15352.11	16156.08	17046.41	18052.12	18596.32
15% EMPLEADOS	2302.82	2423.41	2556.96	2707.82	2789.45
IMPUESTO A LA RENTA 0%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO	13049.29	13732.67	14489.45	15344.30	15806.87

En la respectiva tabla 46 se logra visualizar los detalles correspondientes a las ventas proyectadas a cinco años, en los que en el primer año se genera un ingreso de \$273 600.00,

logrando un ingreso en el año cinco de \$314 449.87, por otra parte, también demuestra que en los gastos operativos en su primer año son de \$257 384.74 avanzando al quinto año con una cifra de \$295 853.55.

Estado de Flujo de efectivo

Tabla 47 Flujo de Efectivo

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
CENTRO DE ADIESTRAMIENTO CANINO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	25785.51	273600.00	283285.88	293314.65	303698.46	314449.87
VENTAS		273600.00	283285.88	293314.65	303698.46	314449.87
APORTE DE CAPITAL	19000.00					
PRÉSTAMO	6785.51					
USOS	25785.51	261673.42	270979.02	280626.40	287825.56	298114.41
PARA INVERSIÓN	25785.51	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	21380.37	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ACTIVO FIJO	4105.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ACTIVO DIFERIDO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
OTROS ACTIVOS	300.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PARA COSTOS Y GASTOS		261673.42	270979.02	280626.40	287825.56	298114.41
COSTO VARIABLE		203304.00	210582.28	218121.13	225929.87	234018.15
TOTAL						
GASTO SUELDOS Y SALARIOS		40549.20	42000.86	43504.49	45061.95	46675.17
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		3840.00	3977.47	4119.87	4267.36	4420.13
GASTO COMBUSTIBLE		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO TRANSPORTE		720.00	745.78	772.47	800.13	828.77
GASTO ARRIENDO		6000.00	6214.80	6437.29	6667.74	6906.45
GASTO PUBLICIDAD		600.00	621.48	643.73	666.77	690.65
OTROS GASTOS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTO IMPREVISTOS		1551.28	1606.81	1664.34	1723.92	1785.64
GASTO FINANCIERO		863.15	560.05	209.66	0.00	0.00
15% EMPLEADOS		2302.82	2423.41	2556.96	2707.82	2789.45
IMPUESTO A LA RENTA		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0%						
PAGO DE CAPITAL		1942.97	2246.08	2596.46	0.00	0.00
PRÉSTAMO						
FLUJO DE EFECTIVO	0.00	11926.58	12306.86	12688.25	15872.90	16335.46
EFECTIVO INICIAL	21380.37	21380.37	33306.96	45613.81	58302.06	74174.96
EFECTIVO FINAL	21380.37	33306.96	45613.81	58302.06	74174.96	90510.42

La tabla 47 corresponde a los fondos proyectados de la empresa, estimándose en sus inicios una ganancia de \$11 926,58 proyectando de misma forma al año cinco con \$16335,46.

Evaluación económica

Tabla 48 punto de nivelación anual servicio 1

PUNTO DE NIVELACIÓN ANUAL	Paquete básico
VOLUMEN	17753.49
INGRESO	266302.38
PRECIO	24.33
CAPACIDAD UTILIZADA	4.11

Tabla 49 punto de nivelación anual servicio 2

PUNTO DE NIVELACIÓN ANUAL	Paquete completo
VOLUMEN	3436.16
INGRESO	1597814.28
PRECIO	25.60
CAPACIDAD UTILIZADA	0.72

Tabla 50 punto de nivelación anual servicio 3

PUNTO DE NIVELACIÓN ANUAL	Limpeza higiénica
VOLUMEN	-13483.66
INGRESO	-202254.97
PRECIO	31.28
CAPACIDAD UTILIZADA	-3.12

Tabla 51 punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL	
INGRESO ANUAL	71214.61
INGRESO MENSUAL	5934.55
INGRESO DIARIO	197.82

Las tablas expuestas detallan los servicios principales que ofrecerá el centro de adiestramiento, determinando los puntos de nivelación anual de cada uno, q1 igual que sus ingresos al año, mensual y del diario.

Evaluación Financiera

Tabla 52 Estado de Evaluación Financiera

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
CENTRO DE ADIESTRAMIENTO CANINO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESVENTAJA	-25785.51					
VENTAJA	0.00	11926.58	12306.86	12688.25	15872.90	16335.46
VALOR RESIDUAL						2012.17
FLUJO NETO	-25785.51	11926.58	12306.86	12688.25	15872.90	18347.63
FLUJO ACTUALIZADO	-25785.51	11343.53	11132.97	10916.86	12989.26	14280.40
VAN						34877.50
B/C						2.35
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESVENTAJA	-25785.51					
VENTAJA	0.00	12789.73	12866.90	12897.91	15872.90	16335.46
VALOR RESIDUAL						2012.17
FLUJO NETO	-25785.51	12789.73	12866.90	12897.91	15872.90	18347.63
FLUJO ACTUALIZADO	-25785.51	8843.23	6151.38	4263.51	3627.88	2899.52
TIR						0.45
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (AÑOS)			2 AÑOS	2 MESES		

El flujo proyectado de la tabla 48, refleja valores proyectados a cinco años, siendo el Valor Actual Neto de \$3 477.50, asimismo cuenta con una Tasa de Retorno del 2.5%, así como tener un tiempo de recuperación de dos años y dos meses.

5.14. Ratios Financieros

5.14.1. Valor Actual Neto (VAN)

Se considera al VAN un indicador indispensable que ayuda en el cálculo del beneficio-costos de cualquier negocio, siendo que permite visualizar si el beneficio de una inversión realizada compensa los costos o gastos realizados.

$$VAN = -25785.51 + \frac{11926.58}{(1 + 0.0514)^1} + \frac{12306.86}{(1 + 0.0514)^2} + \frac{12688.25}{(1 + 0.0514)^3} + \frac{15872.90}{(1 + 0.0514)^4} + \frac{18347.63}{(1 + 0.0514)^5}$$

$$VAN = -25785.51 + \frac{11926.58}{1.0514} + \frac{12306.86}{2.1028} + \frac{12688.25}{3.1542} + \frac{15872.90}{4.2056} + \frac{18347.63}{5.257}$$

$$VAN = -25785.51 + 11343.53 + 11132.97 + 12688.25 + 12989.26 + 14280.40$$

$$VAN = \$ 34877.50$$

5.14.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad (Fernández, 2021)

$$TIR = -A + \frac{Q1}{(1 + TIR)^1} + \frac{Q2}{(1 + TIR)^2} + \frac{Q3}{(1 + TIR)^3} + \dots \dots \dots \frac{QN}{(1 + TIR)^n}$$

$$TIR = -25785.51 + \frac{12789.73}{1.0142} + \frac{12866.90}{1.02860164} + \frac{12897.91}{1.043207783288} + \frac{15872.90}{1.05802133381069} + \frac{18347.63}{1.0730452367508}$$

$$TIR = -25785.51 + 8843.23 + 6151.38 + 4263.51 + 3627.88 + 2899.52$$

$$TIR = 0.45\%$$

5.14.3. Relación Beneficio/Costo

La relación costo/beneficio ayuda a la toma de mejores decisiones que sean tomadas a partir del estudio de los costos existentes y de aquellos beneficios que se asocien a las diferentes alternativas o cursos de acción (Aguilera, 2017).

$$\frac{VNA(\text{tasa de descuento}; (Q1 + Q2 + Q3 + Q4 + Q5))}{-A}$$

$$R B/C = \frac{(11343.53 + 11132.97 + 12688.25 + 12989.26 + 14280.40)}{-(-25785.51)}$$

$$R \frac{B}{C} = 2.35$$

5.15. Indicadores o ratios financieros

Grado de apalancamiento operativo (GAO)

$$GAO = \frac{\text{ventas} - \text{costo variable}}{\text{ventas} - \text{costo variable} - \text{costo fijos}}$$

$$GAO = \frac{273600.00 - 203304.00}{273600.00 - 203304.00 - 53260.48}$$

$$GAO = \frac{70296.00}{17035.52}$$

$$GAO = 4.13$$

Mediante el cálculo de apalancamiento se puede determinar que existe un beneficio del 4.13% por cada paquete contratado. Lo cual es un nivel de apalancamiento bajo.

Grado de apalancamiento total (GAT)

$$GAT = \frac{\text{ventas} - \text{costo variable}}{\text{ventas} - \text{costo variable} - \text{costo fijos} - \text{interes}}$$

$$GAT = \frac{273600.00 - 203304.00}{273600.00 - 203304.00 - 47,080.48 - 1,632.86}$$

$$GAT = \frac{70296.00}{15402.66}$$

$$GAT = 4.56$$

A través de la presente fórmula se determina que por cada porcentaje de aumento en las ventas del negocio la utilidad es de 4,56%. es decir, el potencial de los costos fijos tanto operativos como financieros muestra un incremento del 4,56%.

Rotación de activos totales

$$RAT = \frac{\text{ventas}}{\text{activos totales}}$$

$$RAT = \frac{273600.00}{25785.51}$$

$$RAT = 10.31$$

La rotación de activos totales nos indica que por cada dólar la empresa gana \$ 10.31. Aunque de misma manera existe discrepancia por falta de valores.

Índice de endeudamiento

$$IE = \frac{\text{nivel del pasivo}}{\text{total de activos}}$$

$$IE = \frac{6785.51}{25785.51}$$

$$IE = 0.26$$

Aunque no existe muchos pasivos corrientes y no corrientes al igual que activos, ya que la empresa aun no inicia sus actividades operativas. Pero con los datos estimados se demuestra que existe un índice de endeudamiento de 26%, la cual representa el porcentaje de los activos totales.

Margen de utilidad bruta

$$MUB = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas}}$$

$$MUB = \frac{15352.11}{273600.00}$$

$$MUB = 0.06$$

El cálculo del margen de utilidad bruta nos dice que por cada dólar vendido tenemos un 6% de rentabilidad. Lo cual es bastante bajo considerando la inversión necesaria para realizar el proyecto.

Margen de utilidad neta

$$MUN = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas}}$$

$$MUN = \frac{13049.29}{273600.00}$$

$$MUN = 0,05$$

El margen de utilidad neta da como resultado 5% lo que representa la ganancia generada por el servicio. Mostrando de misma forma que el margen de utilidad neta también es bastante bajo.

Rentabilidad económica (ROA)

$$ROA = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{total de activos}}$$

$$ROA = \frac{13049.29}{25785.51}$$

$$ROA = 0.50$$

El presente calculo da como resultado 50% de rentabilidad económica. Lo cual no quiere decir que en general la rentabilidad es moderada, lo cual da indicios de factibilidad de la idea.

Rentabilidad financiera (ROE)

$$ROE = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{patrimonio de los accionistas}}$$

$$ROE = \frac{13049.29}{19,000.00}$$

$$ROE = 0.69$$

La rentabilidad financiera da como resultado 69% de beneficios basados en los recursos propios, más los accionistas y el crowdfunding. Siendo un valor aceptable.

Algunos de los indicadores al ser un proyecto de prefactibilidad que no ha empezado sus actividades no tienen algunos elementos como los activos o pasivos que se encontrarían en números bajos o nulos.

Bibliografía

- Andia, V. W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Industrial Data*, 14(2), pp. 67-72.
- Arellano, F. (16 de 02 de 2023). *significados.com*. <https://www.significados.com/metodo-inductivo/>
- Bocher, N. (28 de 10 de 2019). *Proyectosuntref*. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-del-estudio-legal>
- Chalá, F. A. (2016). *Proyecto de investigación para la creación de una microempresa de adiestramiento y cuidado de cachorros de raza en la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Cordova, N. C. (2019). Promoción del Marketing y el posicionamiento. *UVC-HACER. Revista de investigación y cultura*, 8(4). <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521763181001>
- Daza, S. S. (2021). Estrategias para el pensamiento crítico, según el enfoque metacognitivo de John Flavell, en Estudiantes Universitariios. *Journal Of Science and Research*, 6(3), 407-426.
- Delgado, G. L., y Barrios, F. O. (2019). *Instructivo sobre la elaboración de un plan de investigación*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Deming, W. E. (1989). *Calida, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Diaz de Santos.
- Echeverry, G. N., y Martinez, E. K. (2020). *Estudio de factibilidad de mercados, técnicos, administrativos y contable-financiero para la creación de una empresa productora de abono orgánico en la provincia Sabana Occidente*. Cundinamarca: Universidad de Cundinamarca. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/20.500.12558/3333>
- Fernández, J. (2021). Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula? *Sage*.
- Gallardo, G. M. (2008). *Caracterización y analisis del proceso de adiestramiento canino en la región Metropolitana*. Universidad de Chile.
- González, P. (20 de Mayo de 2023). La venta de alimento para mascotas en Ecuador crece 25%. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/alimentos-mascotas-ecuador-reforma-tributaria/>
- Guerrero, L. V., y Santacruz, C. A. (2016). *Estudios de mercados, administrativo y legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches (Santander)*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.
- Guevara, A. G., Verdesoto, A. A., y Castro, M. N. (03 de Julio de 2020). *recimundo.com*. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20tiene%20como,y%20comparable%20con%20la%20de>

- Hernández, S. R., Fernández, C. C., y Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Ley Orgánica Reformatoria al Código Orgánico Integral Penal, No.107 (15 24 de 12 de 2019).
- Londoño, S. E. (2021). *Estudio de prefactibilidad técnica y financiera para la producción de pulpas y néctares de frutas pequeñas en una asociación del oriente Antioqueño*. Medellín: Universidad de Medellín. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/11407/6610>
- Lopez Parra, M. E., y Gonzalez Navarro, N. (2010). *Estudio Técnico Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Sonora: Itson .
- López, P. M., y Aceves, L. J. (s.f.). Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. 1-9.
- López, P. M., y González, N. N. (2010). *Estudio Técnico Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Sonora: Itson.
- Machuca, F. (04 de 02 de 2022). *Crahana*. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-plaza-mercadotecnia/>
- Marletta, S. (23 de 12 de 2022). *Nubika*. <https://nubika.es/noticias/que-es-adiestramiento-canino/>
- Montes, D. (12 de 09 de 2018). *PGConocimientos*. <https://www.pgconocimiento.com/metodos-de-analisis-estadistico/>
- Navarro, J. J. (22 de Junio de 2021). *El Blog Salmón*. <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>
- Nevado, A. (28 de Enero de 2016). *El mundo del perro*. [https://www.elmundodelperro.net/noticia/2670/blog-de-legislacion/los-centros-de-adiestramiento.html#:~:text=Los%20centros%20de%20adiestramiento%20\(a,%C3%A1mbitos%20del%20funcionamiento%20del%20centro.](https://www.elmundodelperro.net/noticia/2670/blog-de-legislacion/los-centros-de-adiestramiento.html#:~:text=Los%20centros%20de%20adiestramiento%20(a,%C3%A1mbitos%20del%20funcionamiento%20del%20centro.)
- Orellana, N. P. (01 de Marzo de 2020). *economipedia.com*. <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>
- Ortega, C. (21 de 08 de 2023). *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-analitica/>
- Peña, P. D., Sánchez, C. M., y Sancan, L. L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Mundo de la investigación y el conocimiento*, 120-131. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131)
- Peralta, L., Compañía, P., y Morales, G. (2019). Aproximación Teórica a la Gestión de Calidad en los Servicios. *Revista de investigación* , 1(1).
- Pérez, A. (23 de 04 de 2021). *Business School* . <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

- Pérez, P. J. (26 de 06 de 2023). *Definición.de*. <https://definicion.de/metodo-analitico/>
- Pérez, P. J., y Merino, M. (27 de 01 de 2022). *Definición.de*. <https://definicion.de/prefactibilidad/>
- Peumans, H. (1967). *Valoración de proyectos de inversión*. Madrid: Deusto.
- Pursell, S. (21 de Febrero de 2022). *Hubspot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estudio-de-mercado>
- Reyes, E. (26 de 04 de 2022). *emprendedor inteligente*. <https://www.emprendedorinteligente.com/fase-de-direccion-en-el-proceso-administrativo/>
- Rodriguez, J. (20 de 01 de 2023). *Hubspot*. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Rus, A. E. (01 de 04 de 2021). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/metodo-sintetico.html>
- Sevilla, A. A. (31 de 01 de 2024). *economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Sevillano, M. (12 de 08 de 2019). *ISOTools*. <https://www.isotools.us/2019/08/12/definicion-del-riesgos-empresariales-y-principales-tipos/>
- Terry, G. R., y Franklin, S. G. (1985). *Principios de administración*. México: Continental. <https://doi.org/9682605865>
- Vàsconez, L. (12 de Mayo de 2023). Ecuatorianos gastan en sus mascotas cerca de USD 30 al mes y ahora se podrán deducir. *Ecuatorianos gastan en sus mascotas cerca de USD 30 al mes y ahora se podrán deducir*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/gasto-mascotas-deducible-impuesto-renta-propuesta-reforma-tributaria.html>
- Velásquez, C. A. (2007). La organización, el sistema y su dinámica: Una version desde Niklas Luhmann. *Escuela de Administración de Negocios*, pp. 129-155. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20611495014>
- Worldpanel, K. (2023). *Costo de mantener una Mascota en Ecuador*.
- Zamora, T. A. (2008). *Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el estado de Michoacan*. Morelia: Instituto de investigaciones económicas y empresariales.

Apéndice

Apéndice a: Preguntas de la encuesta

1. ¿Cuál de las siguientes categorías corresponde su edad?

18-25: _____

26-35: _____

36-45: _____

46-55: _____

Más de 55: _____

2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Menos de \$460.00 mensual: _____

Entre \$460.00 y \$600.00 mensual: _____

Mas de \$600.00 mensual: _____

3. ¿Cuál red social o plataforma usa más?

Facebook: _____

Instagram: _____

WhatsApp: _____

4. ¿Tiene usted de mascota un perro?

Si: _____ No: _____

5. ¿Tiene un perro como mascota? SI LA RESPUESTA ES NO, no siga llenando la encuesta

Si: _____ No: _____

6. ¿Ha escuchado hablar de entrenamiento canino en su entorno?

Si: _____ No: _____

7. ¿Cómo considera usted la demanda de mercado de los centros de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?

Alto: _____ Medio: _____ Bajo: _____

8. ¿Cómo estima la oferta de adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?

Alto: _____ Medio: _____ Bajo: _____

9. ¿Según su criterio existe alta competencia en el adiestramiento canino en la ciudad de Portoviejo?

Si: _____ No: _____

Sección 2

¿Por qué razón Ud. Acudiría a un adiestrador canino?

Mi perro es ansioso__

Mi perro es potencialmente peligroso_____

Mi perro es agresivo__

Mi perro tiene conducta destructiva__

Mi perro tiene conducta inapropiada__

Otra__

¿De qué tamaño es la raza de su perro?

Grande__

Mediana__

Pequeña__

¿Qué valoraría para acudir al servicio de adiestramiento canino?

La proximidad o cercanía: _____

Las recomendaciones de familiares o amigos: _____

El precio: _____

Los servicios que ofrezca: _____

Otra: _____

En caso de requerir entrenamiento para su mascota, ¿Qué disponibilidad de tiempo tendría para ser partícipe de la actividad?

1 hora: _____

2 horas: _____

3 horas o más: _____

No dispongo de tiempo: _____

¿Qué lugar preferiría para los entrenamientos?

En su hogar: ____

Parque cercano: ____

Centro de adiestramiento canino: ____

¿Qué servicio adicional le gustaría recibir a parte del entrenamiento a su perro?

Baño: ____

Corte de uñas: ____

Servicios veterinarios: ____

Peluquería: ____

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de adiestramiento canino?

\$ 5 por sesión: ____

\$ 10 por sesión: ____

\$ 15 por sesión: ____

\$20 por sesión: ____

Apéndice B: Préstamo Bancario Simulado

Cuotas de acuerdo a tu necesidad

12 meses Cuotas: \$ 2.900,57 Total: \$ 34.747,79	24 meses Cuotas: \$ 1.576,15 Total: \$ 37.700,87	36 meses Cuotas: \$ 1.138,19 Total: \$ 40.794,14	48 meses Cuotas: \$ 921,81 Total: \$ 44.025,98	60 meses Cuotas: \$ 794,03 Total: \$ 47.394,05	Otro Personaliza tu plazo
---	---	---	---	---	-------------------------------------

Detalles de tu préstamo

Cuota:	\$ 1.138,19*
Capital:	\$ 31.708*
Total de intereses:	\$ 8.198,27*
Total de seguro de desgravamen:	\$ 887,87*
Total a pagar:	\$ 40.794,14*

Características

Tasa anual referencial	15,60%
Sistema de amortización	Francesa

*Valores referenciales, no son considerados como una oferta formal de préstamo.

La oferta definitiva está sujeta al cumplimiento de las condiciones y políticas referentes a capacidad de pago.

¿Qué destino tendrá el préstamo?

Pagar deudas	Ampliar tu hogar	Reparar tu auto	Capital para tu negocio	Viajes y turismo	Otros fines
--------------	------------------	-----------------	-------------------------	------------------	-------------

Lo quiero

Figura 19 Amortización simulada del préstamo a 3 años con Banco Pichincha