

María del Carmen Montaña Sánchez

ASESORIA PARA LA IMPLEMENTACION DE UN HOSTAL DE PASO PARA APAREAMIENTO DE MASCOTAS

Trabajo de Conclusión de Carrera (T.C.C.) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios y Economía especialización mayor Finanzas, especialización menor Negocios Internacionales

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

Quito, 2016

MONTAÑO, María del Carmen, Asesoría para la implementación de un hostel de paso para apareamiento de mascotas. Quito: UPACIFICO, 2016, 116p. Prof. Raúl Stiegwardt (Trabajo de Conclusión de Carrera – T.C.C. presentado a la facultad de Negocios y Economía de la Universidad del Pacífico).

Resumen: El presente trabajo consiste en una asesoría en la implementación de un nuevo servicio innovador para mascotas en la ciudad de Quito denominado “Hostal de paso para apareamiento de mascotas”. Se empieza analizando el desarrollo de la industria de los servicios para mascotas y luego el análisis de variable del entorno que incluye aspectos políticos, aspectos legales, aspectos económicos, aspectos culturales y sociales todos ellos son de vital importancia para el establecimiento de un nuevo negocio. Posteriormente se realiza análisis y conclusiones del estudio de mercado donde se determina que existe un 82% de aceptación de las familias que poseen mascotas para la utilización de este servicio y se procede a la propuesta del negocio en la cual se indican las características y localización de las instalaciones, luego la estrategia de marketing en la cual se incluye la definición del servicio, estrategia de precios, publicidad y promoción y plaza. De igual manera se realiza un análisis de las Fuerzas de Porter para el “Hostal de paso para apareamiento de mascotas” así como la cadena de valor. Posteriormente se trata sobre los aspectos financieros que incluye presupuesto de ventas, ingresos proyectados, inversiones y gastos necesarios para la creación de este “Hostal de paso para apareamiento de mascotas”. Finalmente se concluye con las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

Palabras clave: Mascotas, Innovador, Hostal de paso

| | | |
|---|--|-------------------|
|  | ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO) | Fecha: 09/07/2015 |
| | PA-FR-67 | Versión: 001 |
| | | Página: VIII de 1 |

DECLARACIÓN

Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital, a la Biblioteca de la Universidad.

El estudiante certifica estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Para constancia de esta declaración, suscribe



María del Carmen Montaño Sánchez
Estudiante de la Facultad de Negocios
Universidad Del Pacífico

| | |
|-------------------------------|--|
| Fecha: | Quito, octubre del 2016 |
| Título de T.C.C.: | Asesoría para la implementación de un hostel de paso para apareamiento de mascotas |
| Autor: | María del Carmen Montaño Sánchez |
| Tutor: | Raúl Stiegwardt |
| Miembros del Tribunal: | Máster Gastón Sandoval Máster Nélcár Camacho |
| Fecha de calificación: | Octubre del 2016 |

INDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|----|
| INTRODUCCION..... | 1 |
| CAPITULO 1 EL PROBLEMA..... | 3 |
| I.A. Planteamiento del problema..... | 3 |
| I.B. Objetivos de la investigación..... | 3 |
| I.B.1. Objetivo General..... | 3 |
| I.B.2.Objetivos Específicos..... | 3 |
| I.C. Justificación..... | 4 |
| I.D. Alcance y Limitaciones..... | 6 |
| I.E. Hipótesis..... | 7 |
| CAPITULO 2 MARCO TEORICO..... | 8 |
| II.A. Antecedentes de la investigación..... | 8 |
| II.B. Bases Teóricas..... | 9 |
| II.B.1 Antecedentes..... | 9 |
| II.B.2 Aspectos Políticos..... | 10 |
| II.B.3 Aspectos Económicos..... | 10 |
| II.B.4 Aspectos Culturales..... | 18 |
| II.B.5 Aspectos Sociales..... | 19 |
| II.B.6 Organigrama de la organización..... | 20 |
| II.B.7 Descripción de puestos..... | 20 |
| II.B.8 Nombre del hostel de paso para apareamiento de mascotas..... | 24 |
| II.C. Bases Legales..... | 25 |
| III.D. Glosario de términos..... | 27 |
| CAPITULO III MARCO METODOLOGICO..... | 28 |
| III.A. Naturaleza de la Investigación..... | 28 |
| III.B. Población y Muestra..... | 28 |
| III.B.1.Determinacion del universo..... | 28 |

| | |
|---|----|
| III.B.2.Mercado Objetivo..... | 28 |
| III.B.3.Calculo de la muestra..... | 29 |
| III.C. Técnica de recolección de datos..... | 29 |
| III.D. Instrumento de recolección de datos..... | 29 |
| III.E. Análisis de Datos..... | 29 |
| III.D Fases de la propuesta..... | 29 |
| CAPITULO IV ANALISIS DE LOS DATOS E INFORMACION..... | 31 |
| IV.A Realización de la encuesta..... | 31 |
| IV.B. Tabulación de datos..... | 36 |
| IV.C. Análisis de Resultados..... | 58 |
| IV.D. Conclusiones..... | 59 |
| IV.E. Fases de la propuesta..... | 59 |
| CAPITULO V LA PROPUESTA..... | 61 |
| V.A. Análisis de la Demanda..... | 61 |
| V.B. Proyección de la demanda..... | 61 |
| V.C. Instalaciones..... | 65 |
| V.C.1 Factores que determinan el tamaño de la planta..... | 65 |
| V.C.2 Definición del tamaño de la planta..... | 66 |
| V.C.3 Factores que determinan la localización de la planta..... | 66 |
| V.C.4 Definición de la localización..... | 67 |
| V.C.4.a. Mapa de localización..... | 68 |
| V.C.4.b Mapa de microlocalizacion..... | 68 |
| V.C.5 Distribución de la planta..... | 69 |
| V.D. Estrategia de Marketing..... | 70 |
| V.D.1 Definición del Servicio..... | 70 |
| V.D.2 Estrategia de Precios..... | 70 |
| V.D.3 Publicidad y Promoción..... | 71 |

| | |
|---|----|
| V.D.4 Plaza..... | 73 |
| V.D.5 Fuerzas de Porter..... | 73 |
| V.D.5.a. Rivalidad y competencia del mercado..... | 74 |
| V.D.5.b. Amenaza de nuevos competidores..... | 74 |
| V.D.5.c. Amenaza de nuevos productos/servicios..... | 75 |
| V.D.5.d. Poder de negociación de los proveedores..... | 75 |
| V.D.5.e. Poder de negociación de los clientes..... | 75 |
| V.D.6. Cadena de valor..... | 75 |
| V.D.6.a. Actividades principales..... | 76 |
| V.D.6.b. Actividades de apoyo..... | 78 |
| V.E. Aspectos Financieros..... | 80 |
| V.E.1 Presupuesto de Ventas..... | 80 |
| V.E.2 Ingresos proyectados..... | 81 |
| V.E.3 Inversiones y Gastos..... | 82 |
| CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 88 |
| VI.A. Conclusiones..... | 88 |
| VI.B. Recomendaciones..... | 89 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 90 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| TABLA 1 Evolución riesgo País años 2010-2014..... | 15 |
| TABLA 2 Evolución pobreza por consumo..... | 17 |
| TABLA 3 Sector de residencia Encuestados..... | 31 |
| TABLA 4 Rango de edad encuestados..... | 32 |
| TABLA 5 Actividad encuestados..... | 33 |
| TABLA 6 Posesión automóvil encuestados..... | 33 |
| TABLA 7 Sector de localización de mascotas..... | 34 |

| | |
|---|----|
| TABLA 8 Sector de localización médicos veterinarios..... | 35 |
| TABLA 9 Resultados Pregunta 1 encuesta dueños de mascotas..... | 36 |
| TABLA 10 Resultados Pregunta 2 encuesta dueños de mascotas..... | 37 |
| TABLA 11 Resultados Pregunta 3 encuesta dueños de mascotas..... | 39 |
| TABLA 12 Resultados Pregunta 4 encuesta dueños de mascotas..... | 39 |
| TABLA 13 Resultados Pregunta 5 encuesta dueños de mascotas..... | 40 |
| TABLA 14 Resultados Pregunta 6 encuesta dueños de mascotas..... | 41 |
| TABLA 15 Resultados Pregunta 7 encuesta dueños de mascotas..... | 42 |
| TABLA 16 Resultados Pregunta 8 encuesta dueños de mascotas..... | 43 |
| TABLA 17 Resultados Pregunta 1 encuesta tiendas de mascotas..... | 44 |
| TABLA 18 Resultados Pregunta 2 encuesta tiendas de mascotas..... | 45 |
| TABLA 19 Resultados Pregunta 3 encuesta tiendas de mascotas..... | 46 |
| TABLA 20 Resultados Pregunta 4 encuesta tiendas de mascotas..... | 47 |
| TABLA 21 Resultados Pregunta 5 encuesta tiendas de mascotas..... | 48 |
| TABLA 22 Resultados Pregunta 6 encuesta tiendas de mascotas..... | 49 |
| TABLA 23 Resultados Pregunta 7 encuesta tiendas de mascotas..... | 50 |
| TABLA 24 Resultados Pregunta 1 encuestas médicos veterinarios..... | 51 |
| TABLA 25 Resultados Pregunta 2 encuestas médicos veterinarios..... | 52 |
| TABLA 26 Resultados Pregunta 4 encuestas médicos veterinarios..... | 53 |
| TABLA 27 Resultados Pregunta 5 encuestas médicos veterinarios..... | 54 |
| TABLA 28 Resultados Pregunta 6 encuestas médicos veterinarios..... | 54 |
| TABLA 29 Resultados Pregunta 7 encuestas médicos veterinarios..... | 55 |
| TABLA 30 Resultados Pregunta 8 encuestas médicos veterinarios..... | 55 |
| TABLA 31 Resultados Pregunta 9 encuestas médicos veterinarios..... | 55 |
| TABLA 32 Resultados Pregunta 10 encuestas médicos veterinarios..... | 56 |
| TABLA 33 Resultados Pregunta 11 encuestas médicos veterinarios..... | 56 |
| TABLA 34 Resultados Pregunta 12 encuestas médicos veterinarios..... | 56 |

| | |
|---|----|
| TABLA 35 Resultados Pregunta 13 encuestas médicos veterinarios..... | 57 |
| TABLA 36 Estratos Socioeconómicos..... | 61 |
| TABLA 37 Número de familias por Administración Zonal de Quito..... | 62 |
| TABLA 38 Total de familias por sector..... | 63 |
| TABLA 39 Proyección número de familias año 2010 – 2015..... | 63 |
| TABLA 40 Proyección de la demanda años 2016 – 2020..... | 65 |
| TABLA 41 Número de clientes que utilizaran los servicios año 2016 – 2020..... | 65 |
| TABLA 42 Detalle proveedores..... | 79 |
| TABLA 43 Detalle útiles y suministros..... | 79 |
| TABLA 44 Detalle materiales..... | 80 |
| TABLA 45 Porcentaje a captar de la demanda potencial..... | 81 |
| TABLA 46 Ingresos proyectados primer año de funcionamiento..... | 81 |
| TABLA 47 Ingresos proyectos siguientes cuatro años de funcionamiento..... | 82 |
| TABLA 48 Detalle equipamiento..... | 82 |
| TABLA 49 Detalle insumos generales..... | 83 |
| TABLA 50 Detalle insumos generales..... | 84 |
| TABLA 51 Detalle insumos generales..... | 84 |
| TABLA 52 Detalle inversiones en activos fijos..... | 85 |
| TABLA 53 Detalle inversiones en activos intangibles..... | 85 |
| TABLA 54 Detalle inversiones en capital de trabajo..... | 85 |
| TABLA 55 Detalle total inversiones..... | 86 |
| TABLA 56 Detalle cronograma inversiones..... | 86 |
| TABLA 57 Detalle valor de desecho..... | 86 |
| TABLA 58 Detalle amortización activos diferidos..... | 87 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|---|----|
| Grafico 1 Crecimiento del PIB años 2010-2014..... | 11 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| Grafico 2 Evolución Inflación años 2010-2014..... | 12 |
| Grafico 3 Evolución Desempleo años 2010-2014..... | 13 |
| Grafico 4 Evolución Tasa de Interés años 2010.2014..... | 14 |
| Grafico 5 Sector de residencia encuestados..... | 31 |
| Grafico 6 Rango de edad encuestados..... | 32 |
| Grafico 7 Actividad encuestados..... | 33 |
| Grafico 8 Posesión automóvil encuestados..... | 34 |
| Grafico 9 Sector de localización tiendas de mascotas..... | 35 |
| Grafico 10 Sector de localización médicos veterinarios..... | 36 |
| Grafico 11 Resultados Pregunta 1 encuesta dueños de mascotas..... | 37 |
| Grafico 12 Resultados Pregunta 2 encuesta dueños de mascotas..... | 38 |
| Grafico 13 Resultados Pregunta 4 encuesta dueños de mascotas..... | 39 |
| Grafico 14 Resultados Pregunta 5 encuesta dueños de mascotas..... | 40 |
| Grafico 15 Resultados Pregunta 6 encuesta dueños de mascotas..... | 41 |
| Grafico 16 Resultados Pregunta 7 encuesta dueños de mascotas..... | 42 |
| Grafico 17 Resultados Pregunta 8 encuesta dueños de mascotas..... | 44 |
| Grafico 18 Resultados Pregunta 1 encuesta tiendas de mascotas..... | 45 |
| Grafico 19 Resultados Pregunta 2 encuesta tiendas de mascotas..... | 46 |
| Grafico 20 Resultados Pregunta 3 encuesta tiendas de mascotas..... | 47 |
| Grafico 21 Resultados Pregunta 4 encuesta tiendas de mascotas..... | 48 |
| Grafico 22 Resultados Pregunta 6 encuesta tiendas de mascotas..... | 49 |
| Grafico 23 Resultados Pregunta 7 encuesta tiendas de mascotas..... | 50 |
| Grafico 24 Resultados Pregunta 1 encuesta médicos veterinarios..... | 51 |
| Grafico 25 Resultados Pregunta 2 encuesta médicos veterinarios..... | 52 |
| Grafico 26 Resultados Pregunta 6 encuesta médicos veterinarios..... | 53 |
| Grafico 27 Resultados Pregunta 12 encuesta médicos veterinarios..... | 57 |
| Grafico 28 Resultados Pregunta 13 encuesta médicos veterinarios..... | 58 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Mercado de alimentos para mascotas..... | 6 |
| Figura 2 Pobreza por consumo nacional, urbano y rural..... | 17 |
| Figura 3 Evolución tamaño del hogar y perceptores promedio..... | 19 |
| Figura 4 Organigrama de la organización..... | 20 |
| Figura 5 Logo de la organización..... | 25 |
| Figura 6 Método de Análisis Ponderado para definición de localización..... | 67 |
| Figura 7 Localización..... | 68 |
| Figura 8 Microlocalización..... | 68 |
| Figura 9 Detalle publicidad y promoción..... | 72 |
| Figura 10 Plan de descuentos..... | 72 |
| Figura 11 Plan de promoción..... | 73 |
| Figura 12 Fuerzas de Porter..... | 74 |
| Figura 13 Cadena de valor para el hostel de paso para apareamiento de mascotas..... | 76 |

INDICE DE ANEXOS

| | |
|---------------|-----|
| Anexo 1..... | 94 |
| Anexo 2..... | 94 |
| Anexo 3..... | 95 |
| Anexo 4..... | 96 |
| Anexo 5..... | 97 |
| Anexo 6..... | 97 |
| Anexo 7..... | 98 |
| Anexo 8..... | 99 |
| Anexo 9..... | 99 |
| Anexo 10..... | 100 |

| | |
|---------------|-----|
| Anexo 11..... | 101 |
| Anexo 12..... | 102 |
| Anexo 13..... | 104 |

RESUMEN

El presente trabajo consiste en una asesoría en la implementación de un nuevo servicio innovador para mascotas en la ciudad de Quito denominado “Hostal de paso para apareamiento de mascotas”. Se empieza analizando el desarrollo de la industria de los servicios para mascotas y luego el análisis de variable del entorno que incluye aspectos políticos, aspectos legales, aspectos económicos, aspectos culturales y sociales todos ellos son de vital importancia para el establecimiento de un nuevo negocio. Posteriormente se realiza análisis y conclusiones del estudio de mercado donde se determina que existe un 82% de aceptación de las familias que poseen mascotas para la utilización de este servicio y se procede a la propuesta del negocio en la cual se indican las características y localización de las instalaciones, luego la estrategia de marketing en la cual se incluye la definición del servicio, estrategia de precios, publicidad y promoción y plaza. De igual manera se realiza un análisis de las Fuerzas de Porter para el “Hostal de paso para apareamiento de mascotas” así como la cadena de valor. Posteriormente se trata sobre los aspectos financieros que incluye presupuesto de ventas, ingresos proyectados, inversiones y gastos necesarios para la creación de este “Hostal de paso para apareamiento de mascotas”. Finalmente se concluye con las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

INTRODUCCION

En el Ecuador cada vez existen más grupos decididos a luchar por los derechos de los animales por lo que finalmente fue aprobada la ley LOBA (Ley Orgánica de Bienestar Animal) que como puntos principales tiene como objetivo responsabilizar a municipios por el bienestar y salud de las mascotas e imponer penas severas para las personas que causen daño deliberado a los animales

La industria de servicios para mascotas presenta un gran auge dentro de los últimos años ya que en la actualidad las mismas son un miembro más de la familia a quien se le debe brindar todo tipo de cuidados tal no solo en alimentación sino en su apariencia y en sus necesidades de esparcimiento. Es así que en la actualidad existen peluquerías y spa, guarderías, hospedajes, ropa para vestirlos a la moda e incluso existen fiestas para celebrarles el cumpleaños junto con los amiguitos.

Las mascotas se han convertido en algo más que unos simples compañeros por consecuente la industria se ha adaptado a ello ofreciendo productos y servicios que satisfacen cada vez la exigencia de humanos y animales

El presente trabajo se refiere a un nuevo servicio que es el de brindar una asesoría para la implementación de un hostel de paso para apareamiento de mascotas. Para determinar la factibilidad se realizaron encuestas a dueños de mascotas, tiendas de mascotas y a veterinarios.

En otros países de Latinoamérica tales como Brasil y Colombia este servicio de “motel para mascotas” ha sido implementado con éxito por ello la idea de establecer en la ciudad de Quito un centro especializado para el apareamiento de mascotas que serían perros y gatos como un

servicio innovador. La idea es facilitarles a los dueños en la búsqueda de pareja para sus mascotas.

CAPITULO I EL PROBLEMA

I.A. Planteamiento del problema

Los dueños de mascotas en su mayoría trabajan todo el día y no tienen donde dejarlos para que puedan aparearse.

Así mismo necesitan de un lugar ajeno al hogar para que sus perros o gatos se puedan aparear puesto que en muchos casos sus lugares de vivienda no son apropiados

I.B. Objetivos de la investigación

I.B.1. Objetivo General

Determinar la existencia de un mercado potencial para el servicio de hostal de paso para apareamiento de mascotas

I.B.2. Objetivos Específicos

I.B.2.a. Establecer las características de un hostal de paso para apareamiento de mascotas

I.B.2.b. Determinar las necesidades del mercado en cuanto al servicio que debe prestar un hostal de paso para apareamiento de mascotas

I.B.2.c. Determinar que nuevos servicios para mascotas les gustaría a los dueños de las mismas

I.C. Justificación

La época en que los perros se alimentaban de sobras y dormían sobre periódicos o trapos sucios pasaron a la historia. Para los perros y otras especies de animales domésticos ya no solo se realizan las compras de alimento que tengan un buen sabor y nutran sino que se ha desarrollado una amplia línea de productos y servicios que generan miles de ganancias.

La industria que rodea al mercado de mascotas está en un constante crecimiento debido a una tendencia conocida como el “síndrome del nido vacío” que se aplica a las parejas jóvenes quienes aún no desean procrear pero sienten la necesidad de dar afecto y protección a través de un perro, gato u otro tipo de animal doméstico, algo parecido ocurre con las personas mayores quienes han terminado de criar a sus hijos.

Los grandes beneficiarios de este apogeo son los almacenes, tiendas y centros especializados

A parte de la comida hay otros elementos que tienen una alta facturación como: la consulta al veterinario; la ropa de marca, los juguetes, el spa, el salón de belleza, la celebración del cumpleaños del animal con sus amigos y el cementerio, ahora también a los perros se le puede llevar a un motel.

Algunos empresarios creen que el potencial en el mercado de servicios para mascotas es aún muy alto y se tiene el ejemplo de Estados Unidos, donde hay 74 millones de perros y se mueven 40 mil millones de dólares dentro de ese mercado, el de Canadá donde hay cerca de cuatro mascotas por familia y Brasil donde la población canina es la segunda del mundo después de Estados Unidos

Los negocios para servicios de mascotas en el Ecuador siguen creciendo ya que de acuerdo a un artículo de la versión digital del diario El Comercio con fecha 29 de enero del 2014 menciona:

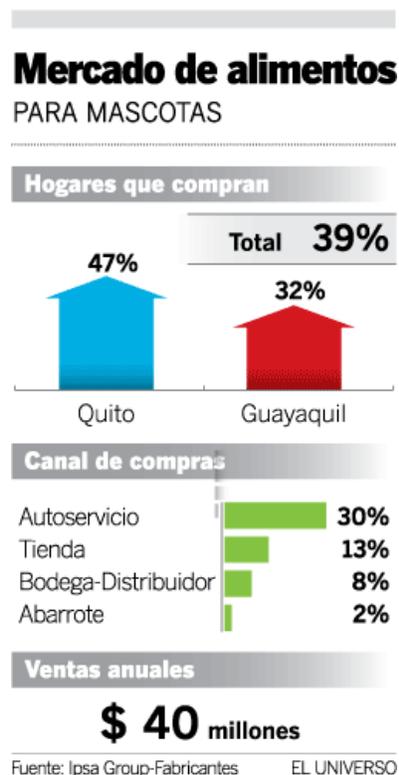
“Los propietarios de los animales intentan personalizar cada vez más a sus mascotas y destinan en promedio USD 11 mensuales en el gasto de animales domésticos. En cambio, a escala nacional, el valor de gasto asciende a USD 6 millones anuales. Mientras que en el servicio de veterinarios las personas en el país gastan en promedio USD 1 millón anuales, según datos del INEC”

En el mercado de alimentos para mascotas en el Ecuador también se evidencia el auge de esta industria puesto que existe un registro de ventas anuales por USD 40 millones de dólares

Un estudio difundido en el mes de noviembre del 2011 por la investigadora de mercado Ipsa Group indica que al menos 4 de cada 10 hogares compra alimentos para mascotas. Solo en Quito y Guayaquil, la firma estimó que unos 400 mil hogares adquirieron estos productos en el periodo comprendido entre enero y junio de dicho año.

El crecimiento de este mercado se atribuye al hecho de que cada vez más personas otorgan a sus mascotas roles importantes dentro del hogar por tanto a medida que la interacción entre los dueños y mascotas se sigue fortaleciendo, la tendencia es a cuidarlos más en todos los aspectos.

Figura 1 Mercado de alimentos para mascotas



Fuente: Versión digital diario El Universo jueves 03 de noviembre del 2011

I.D. Alcance y Limitaciones

La presente asesoría buscar llegar hasta la propuesta de establecer la efectiva implementación del hostel de paso para apareamiento de mascotas como un servicio innovador en el mercado de mascotas.

Las principales limitaciones que se tendrían es:

- La disposición por parte de los encuestados en brindar la información y tiempo para llenar el cuestionario

- Si el país existe una contracción económica los dueños de mascotas no tendrían interés en este nuevo servicio

I.E. Hipótesis

La creación del hostel de paso de apareamiento de mascotas será un servicio innovador mediante el cual los dueños de las mismas podrán encontrar con más facilidad la pareja de su mascota y así mismo que dispongan de un lugar adecuado para que puedan cruzarse

CAPITULO II MARCO TEORICO

II.A. Antecedentes de la investigación

En cuanto a investigaciones académicas sobre negocios de apareamiento de mascotas existe como referencia tesis realizada en el año 2010 sobre “Plan de negocios de la compañía citas de amigos caninos” en la ciudad de Guayaquil, para cruce de perros de raza y prestación de otros servicios como el de peluquería, guardianes para fiestas y venta de cachorros.

En otro caso en el de la Universidad Ecotec de Guayaquil un grupo de estudiantes realizo un plan de estudio de mercado para determinar la garantía del apareamiento, embarazo y parto de las mascotas de igual manera en la ciudad de Guayaquil en el año 2012

Los dos casos mencionados anteriormente en lo que se refiere a servicios para apareamiento de mascotas.

En cuanto a otra clase de servicios existe como referencia tesis realizada en el año 2012 sobre “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de relajación para mascotas en el Valle de los Chillos” presentada como un servicio innovador.

Otro caso que podemos nombrar es la tesis realizada en el año 2014 referente a “Plan de importación de ropa y accesorios para mascotas, para la comercialización en la ciudad de Quito.

De igual manera en el año 2014 tesis en referencia a un “Plan de negocios para implementar una empresa de servicios integrales para mascotas en Quito” y finalmente para finalizar la tesis realizada en el año 2013 para un “Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa

dedicada a comercializar accesorios y a brindar los servicios de guardería y peluquería canina ubicada en el distrito metropolitano de Quito “

II.B. Bases Teóricas

II.B.1 Antecedentes

En Belo Horizonte, Brasil se ha creado el primer motel llamado “Animalle Mundo Pet Motel” donde las mascotas tengan un sitio donde cruzarse, sus habitaciones tiene espejos con diseños de corazón, camas con cabeceras en forma de hueso, luces tenues y fragancias afrodisíacas que completan la oferta de este innovador establecimiento creado para facilitar encuentros amorosos caninos, este motel funciona como una especie de agencia matrimonial que promueve el cruce de razas puras

En el caso de Chile en la comunidad de Ñuñoa, Santiago se ha creado un motel perruno. En Colombia en las afueras de la ciudad de Medellín existe el motel canino Procanes en el que se cruzan no solo perros sino otro tipo de mascotas, el mismo es una casa-finca de ocho habitaciones que tienen unas camillas que le dan la apariencia de consultorios, así mismo en el centro de Valledupar un veterinario ha creado un simpático motel para perros con ambientación alusiva a este proceso de apareamiento que aún está en sus inicios pero lo piensa ampliar y adecuar las instalaciones

En el caso de Ecuador también se encontró que en la ciudad de Manta en la zona de Rio de Oro existe un motel para cruce de perros pero solo de determinadas razas

II.B.2 Aspectos políticos

Ecuador se ha caracterizado por un ser un país inestable políticamente y encontrarse sumergido en una inseguridad jurídica lo que hace que los inversionistas locales y extranjeros prefieran invertir en otros países con mejor estabilidad.

La oposición de los sectores políticos ha creado un ambiente de inestabilidad y desconfianza en el actual gobierno lo que impacta en la macroeconomía y la imagen internacional del Ecuador.

Pero a pesar de ello podríamos decir que el Ecuador en estos últimos años ha vivido una estabilidad democrática la cual es favorable para el establecimiento de un nuevo negocio de servicios para mascotas.

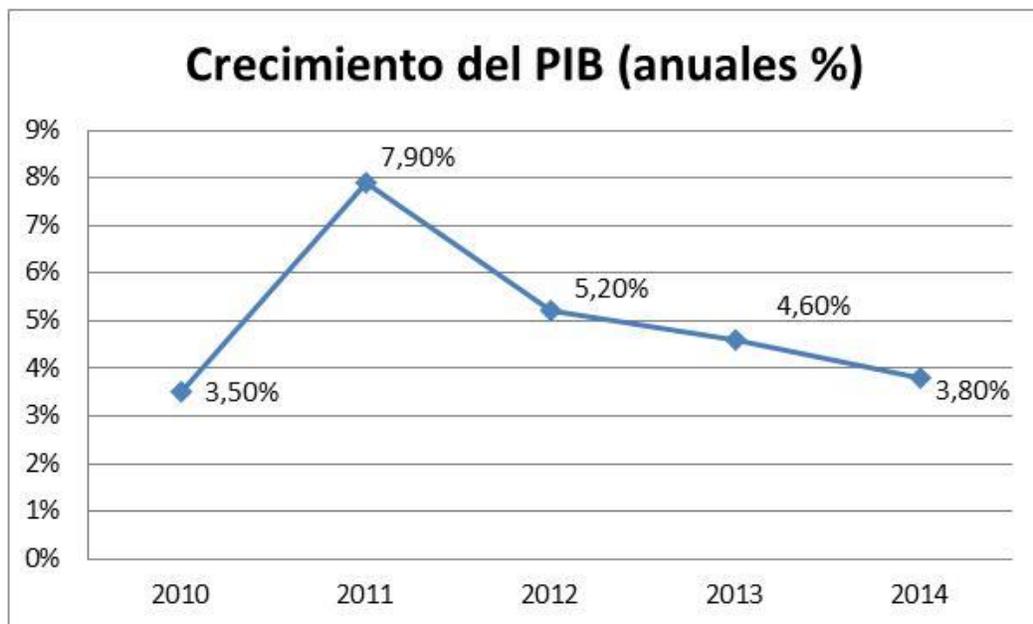
II.B.3 Aspectos Económicos

Para el análisis del producto interno bruto (PIB) y de la inflación se lo realizo en base a los datos obtenidos de la página web del Banco Mundial del banco de datos indicadores del desarrollo

Tras recuperarse de los efectos de la crisis global, la economía ecuatoriana ha alcanzado un fuerte crecimiento en los últimos años. En 2012, 2013 y 2014 el crecimiento el PIB alcanzó tasas de crecimiento del 5,2%, el 4,6% y el 3.8%, respectivamente, aunque desacelerándose progresivamente.

Las proyecciones del PIB ecuatoriano para el año 2015 se ubican en un valor cercano al 4%. En general el desempeño de la economía depende en gran medida del campo del comercio exterior.

Grafico 1 Crecimiento del PIB años 2010-2014

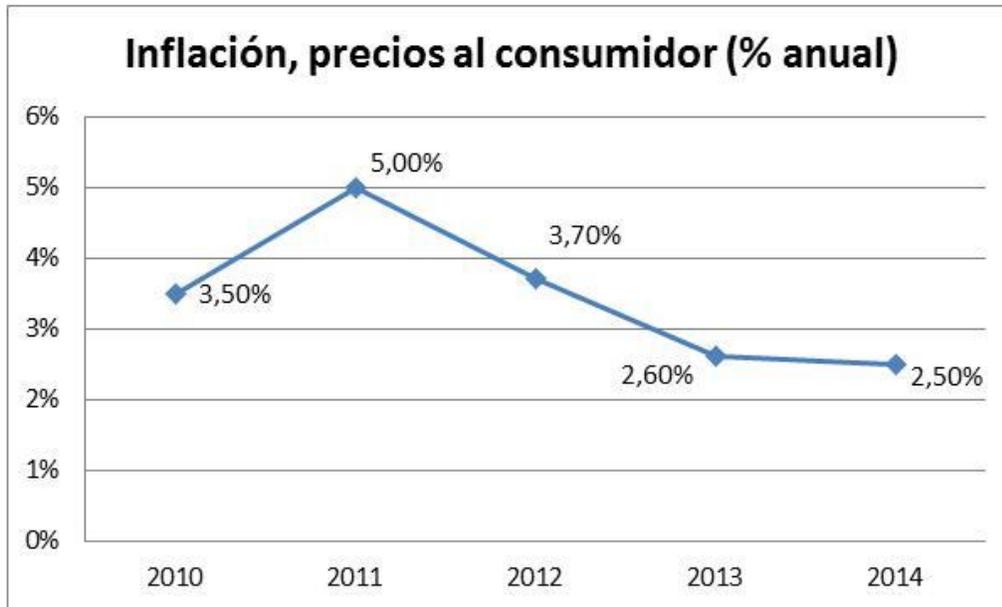


Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Debido a que la tasa de inflación afecta al precio que percibe tanto al productor como el consumidor, es un factor económico que se lo debe analizar con el fin de prestar atención a su evolución. Para este año 2015 hay una proyección de una tasa del 3,9% superior a la del 2014.

Grafico 2 Evolución Inflación años 2010-2014



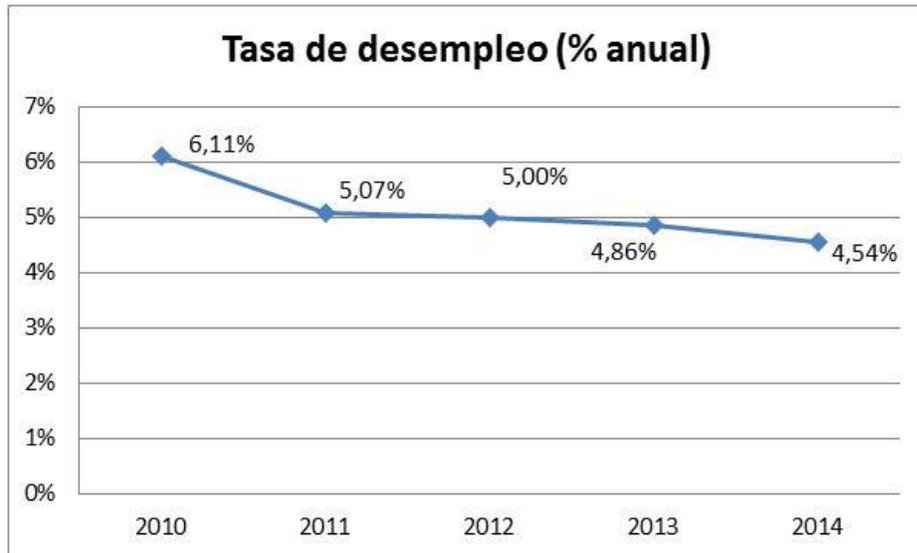
Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Para el análisis del desempleo, la tasa de interés y riesgo país se realizó en base a los datos obtenidos de la página web del Banco Central del Ecuador Indicadores Económicos

El Ecuador presenta una evolución en estabilidad, se han creado fuentes de trabajo, se ve reflejando en los índices positivos, así mismo el talento humano se sigue capacitando y especializándose en varias áreas. Para este año 2015 se proyecta el mantenimiento de los bajos niveles de desempleo inferiores al 5%.

Grafico 3 Evolución Desempleo años 2010-2014



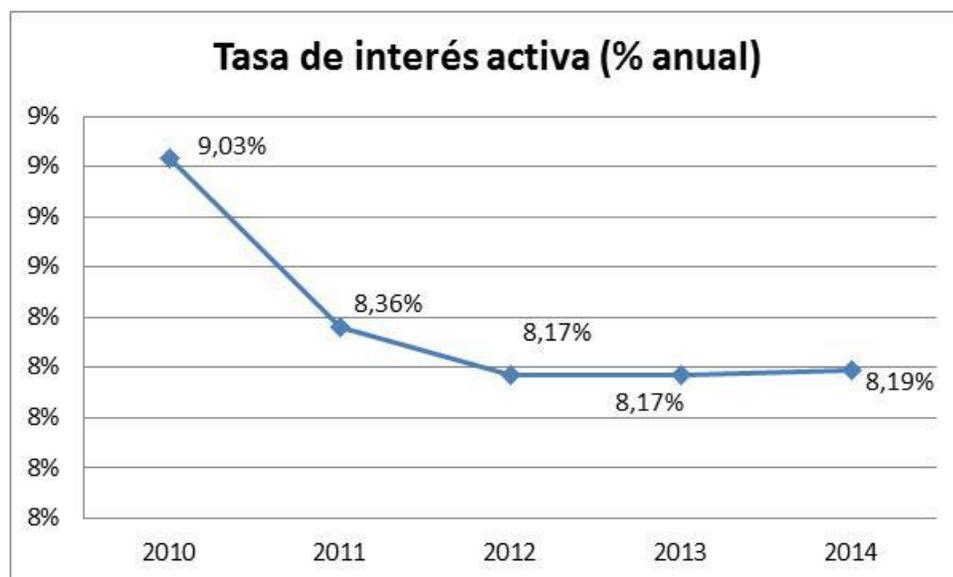
Fuente: Banco Central

Elaborado por: María del Carmen Montaño

La tasa de interés activa es otra factor importante a analizar; debido a las regulaciones implantadas por el gobierno y su control, esta tasa activa ha ido decreciendo y favoreciendo para la inversión y la creación de nuevas empresas en las diferentes industrias. Para el cierre del 31 de octubre se tiene el dato de una tasa activa del 9,11%

Esta tasa activa da un escenario positivo para la aplicación de crédito empresarial.

Grafico 4 Evolución Tasa de Interés años 2010-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Cada país de acuerdo con sus condiciones económicas, sociales, políticas o incluso naturales y geográficas involucra un nivel de riesgo para las inversiones; los inversionistas evalúan el tamaño del riesgo de acuerdo con el conocimiento que tengan de las condiciones y a este concepto se lo llama riesgo país (Embi)

La intención es determinar la solidez fiscal, como por ejemplo si a una persona le calificaran su capacidad de pago, sus ingresos y la posibilidad real de pagar o no la deuda.

El riesgo país del Ecuador se ubicó al 30 de julio del 2015 en 965 puntos, de acuerdo a tabla adjunta se puede observar que nuestro país hay más inestabilidad

Tabla 1 Evolución Riesgo País años 2010-2014

| AÑO | RIESGO PAIS |
|------|-------------|
| 2010 | 913 |
| 2011 | 846 |
| 2012 | 826 |
| 2013 | 530 |
| 2014 | 883 |

Fuente: Banco Central

Elaborado por: María del Carmen Montaño

De acuerdo al informe de resultados de ECV (Encuesta condiciones de vida 2013-2014) del INEC podemos revisar cómo ha evolucionado la pobreza por consumo desde 1995 en el cual menciona:

De 1995 a 1998 existe un aumento moderado de la pobreza por consumo a nivel nacional de 39,4% a 44,8%. De 1998 a 1999 se observa un crecimiento importante de la pobreza en el lapso de apenas un año equivalente a 7,4 puntos porcentuales hasta llegar a un nivel de 52,2%. A partir de 1999 la pobreza cae de manera constante. En 2006 la pobreza a nivel nacional se ubicó en 38,3%, cifra similar a la pobreza observada en 1995.

Es decir, la década transcurrida entre 1995 y 2006 fue una década pérdida en términos de mejora en los niveles de vida de la población. Luego de la crisis de 1999, al país le tomó 7 años volver a los niveles de bienestar de 1995. Posterior a este periodo, la pobreza se reduce de 38,3% a 25,8% entre el año 2006 y el año 2014, es decir, en 12,5 puntos porcentuales.

Para comparar los periodos en mención, se tiene que comparar periodos de relativa estabilidad, aislando, de esta manera, años atípicos en la serie, con el fin de mostrar de manera coherente los diferentes esfuerzos de reducción en pobreza entre periodos.

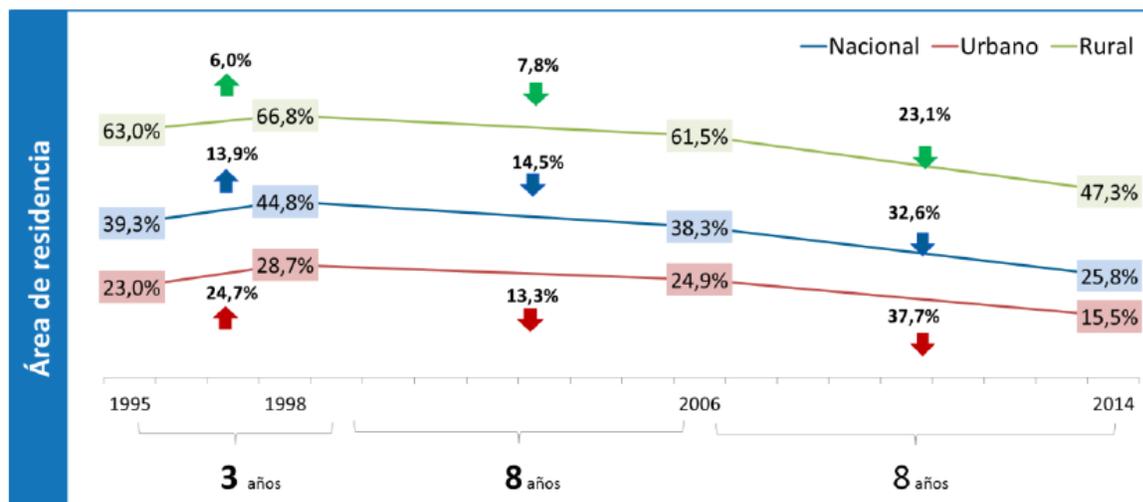
De esta manera se pueden construir para fines analíticos dos periodos de tiempo: 1998-2006 y 2006-2014.

Si se comparan los momentos en mención, la pobreza entre 1998 y 2006 se redujo en 6,5 puntos porcentuales, equivalente a una variación relativa de 14,5% con respecto al dato inicial del periodo. Por otro lado, la pobreza en el periodo 2006 y 2014 se redujo en 12,5 puntos porcentuales equivalente a una variación relativa del 32,6%.

De esta manera se puede concluir que la reducción en la pobreza por consumo en el periodo 2006-2014 es mayor que la reducción de la pobreza en el periodo 1998-2006, tanto en términos absolutos como relativos.

En términos poblacionales la reducción de la pobreza por consumo observada en el periodo 2006-2014 equivale a un estimado de 1,3 millones de personas que salieron de la pobreza.

Figura 2 Pobreza por consumo nacional, urbano y rural



Fuente: Informe de Resultados de ECV (Encuesta condiciones de vida 2013-2014) INEC

Elaborado: INEC

Tabla 2 Evolución pobreza por consumo

| Año | Pobreza por consumo |
|------|---------------------|
| 1995 | 39,30% |
| 1998 | 44,80% |
| 1999 | 52,20% |
| 2006 | 38,30% |
| 2014 | 25,80% |

Fuente: INEC

Elaborado por: María del Carmen Montaño

A pesar de los resultados positivos todavía persisten desafíos para la sostenibilidad del crecimiento económico y los logros alcanzados en reducción de pobreza y desigualdad. Estos desafíos están vinculados a la alta dependencia de la economía del sector petrolero. La caída

significativa del precio del petróleo en los últimos meses y la apreciación del dólar han afectado seriamente a la balanza comercial y la financiación de la inversión pública, y a la competitividad de las exportaciones ecuatorianas. Adicional existe falta de inversión privada por lo que consolidar la reducción de la desigualdad y la pobreza es un reto importante debido a que a pesar de la disminución fuerte en los últimos años, existen todavía niveles de pobreza importantes sobre todo en las áreas rurales.

Toda esta situación presenta un escenario de dificultades en este año 2015 lo cual hará difícil mantener los niveles de crecimiento de los años anteriores.

II.B.4 Aspectos Culturales

Cada día los animales se van convirtiendo en mejores compañías y los van tratando de integrar en todas las actividades que realizan sus dueños.

Hospedarse en un hotel, ir a un restaurante o simplemente pasear en el parque son actividades que ahora se puede realizar junto a su mascota, gracias a los sitios ‘Pet Friendly’. Estos lugares permiten la convivencia entre personas y animales ya que destinan ciertas zonas, o todo el lugar, para que ambos disfruten de sus servicios, inclusive en algunos sitios de trabajo ya es permitido llevarlas y según estudios han demostrado que es situación mejora el ambiente laboral y eleva la colaboración entre compañeros

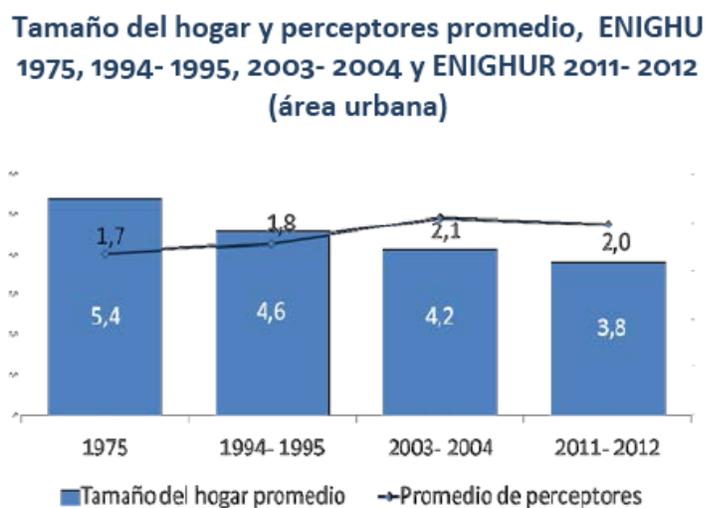
En el caso de Quito existe una cafetería y panadería llamada Jürgen, en la cual podemos llevar a nuestras mascotas. Café Cultura Hotel está ubicado en la Mariscal y en este lugar también se permiten mascotas, esto les ha permitido captar más turistas que consideran a sus mascotas un miembro más de la familia. El club de recreación canina “Los Mimados” formado por 25

personas y 27 perros hicieron una propuesta al Municipio de Quito la creación de “Dog Park” en el parque La Carolina

II.B.5 Aspectos Sociales

Detrás del boom de la industria de mascotas se tiene una explicación sociológica debido a la reducción del tamaño de las familias. Tomando como base los resultados de las diferentes encuestas de Ingresos y Gastos realizadas en el país, se observa una reducción del tamaño de los hogares en el tiempo, es decir, el promedio de personas por hogar, en el área urbana, desciende de 5,4 a 3,8 personas por hogar entre 1975 y el 2011- 2012, información consistente con la disminución del ritmo de crecimiento de la población, datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012

Figura 3 Evolución tamaño del hogar y perceptores promedio



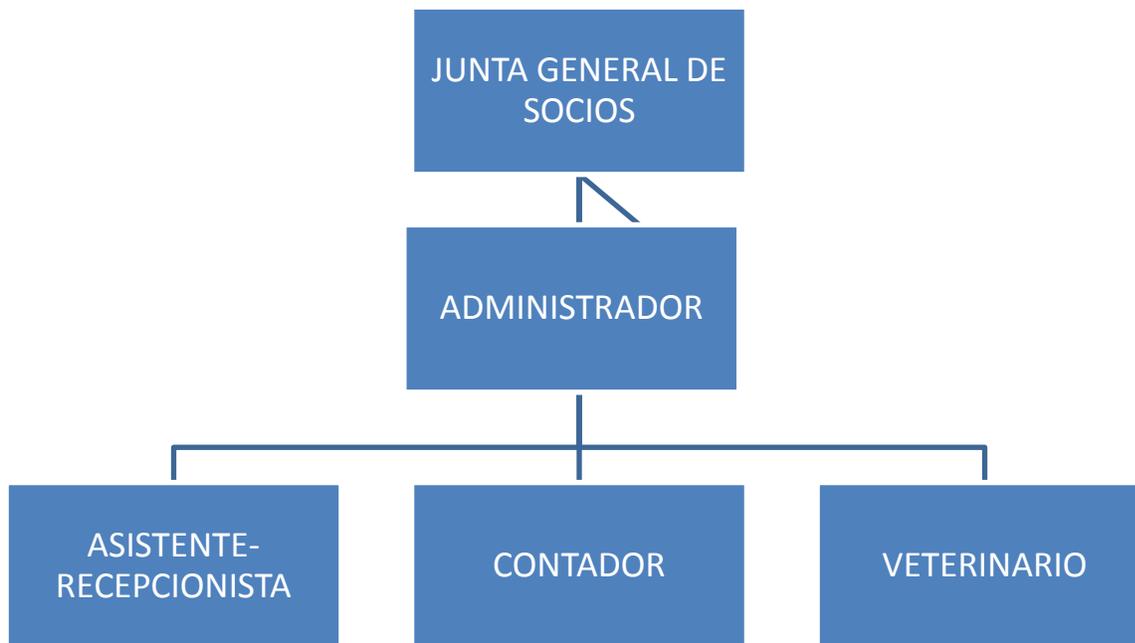
Fuente: INEC Análisis ENIGHUR 2011-2012

Elaborado por: INEC

II.B.6 Organigrama de la organización

La empresa será una sociedad de responsabilidad limitada. El organigrama estará estructurado de la siguiente manera:

Figura 4 Organigrama de la organización



Elaborado por: María del Carmen Montaño

II.B.7 Descripción de puestos

La mano de obra es fundamental en el manejo de negocios cuya finalidad es la prestación de servicios, se determina que el personal requerido será el siguiente:

Administrador: Es la cabeza de la empresa y está encargado de la gerencia, entre sus principales funciones esta:

-Planificar, controlar y programar las actividades del centro

- Control de compras y ventas
- Analizar resultados financieros
- Coordinar y controlar el manejo contable
- Manejo de personal
- Decisiones Comerciales

Perfil:

Edad: de 25 a 35 años

Ingeniero en Administración de Empresas

Experiencia de tres años en posiciones similares

Habilidades y destrezas

Capacidad para solucionar problemas y conflictos

Capacidad para la toma de decisiones

Asistente-Recepcionista: Es el primer contacto con el cliente y su responsabilidad se centra en buen trato al cliente en proporcionar información y asistencia, entre sus funciones esta:

- Recepción de datos de los clientes y sus mascotas
- Comunica detalladamente los servicios que se presta en el centro de apareamiento sea personalmente o vía telefónica
- Manejo y control de los de los archivos de documentos de la empresa así como de los clientes

-Realiza la facturación a los clientes del servicio prestado

Perfil:

Técnico en administración o secretariado

Edad de 25 a 30 años

Experiencia de 2 años en funciones similares

Conocimiento 100% de Office

Habilidades y destrezas

Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata y amabilidad y disposición a servir atentamente a las visitas y usuarios

Contribuir a la comunicación asertiva.

Ser organizado, atender tareas múltiples.

Solucionar problemas poco complejos.

Veterinario: Es la persona que da a la atención de salud a las mascotas, entre sus funciones están:

-Realizar los chequeos de las mascotas

-Brinda su atención profesional en caso de ser necesario

Perfil:

Médico Veterinario

Tres años de experiencia en funciones similares

Habilidades y destrezas:

- Métodos y prácticas en el cuidado de animales
- Analizar y sintetizar información
- Establecer relaciones interpersonales
- Manejo de equipos e instrumentos de laboratorio

Contador: Sera el encargado de llevar la contabilidad del negocio, entre sus funciones esta:

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones
- Verificar que las facturas recibidas contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Llevar los libros contables

Perfil:

Licenciado en Contaduría Pública o carreras afines

Dos años de experiencia en puestos similares

Habilidades y destrezas

Manejo de utilitarios

Leyes, reglamentos en el área de contabilidad

Capacidad analítica, razonamiento numérico, sentido de organización

Oportunidad y veracidad en la información financiera

Riesgos y contingencias tributarias

Habilidad en solución de problemas

II.B.8 Nombre del hostel de paso para apareamiento de mascotas

Siempre que se constituye una nueva empresa en el mercado necesita de un nombre o razón social, el cual le permitirá lograr un posicionamiento a través del tiempo en la mente del cliente; por lo que es necesario que el nombre que escojamos sea un nombre atractivo y sencillo de recordar por los clientes.

El nombre escogido para el Hostal de paso para apareamiento para mascotas es: **PET'S LOVE HOTEL** será una empresa de servicios constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limita

Y se utilizará un logotipo para que a través del tiempo los clientes se familiaricen tanto con el nombre, así como también con el logotipo generando un reconocimiento de la empresa y un posicionamiento de marca en el mercado.

Figura 5 Logo de la organización



II.C. Bases Legales

Constituir una microempresa o una gran industria en el Ecuador conlleva tramites extensos pero necesarios para que pueda funcionar legalmente, se deben realizar 13 trámites y en promedio se tarda 55,5 días para la apertura de una nueva empresa.

El proceso a seguir para la constitución legal de la empresa es

- 1.- Solicitud de la reserva de la denominación.
2. - Apertura de la cuenta de integración de capital.
3. - Levantamiento de escritura pública.
- 4.- Envío de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías para su aprobación.
- 5.- Aprobación de la constitución de la empresa por parte de la Superintendencia de Compañías.
6. - Registrar ante un notario el acuerdo de aprobación la empresa por parte de la Superintendencia de Compañías.

7. -Inscripción en el Registro Mercantil.

8.-Inscripcion en el registro mercantil de los nombramientos del presidente y el representante legal

9.- Obtención del Registro Único de Contribuyentes

10.- Obtención del permiso sanitario de funcionamiento y permiso de bomberos

De acuerdo a la ordenanza municipal 048 sobre tenencia, protección y control de la fauna urbana hay que regirse a ciertos aspectos en normas técnicas, sanitarias y comerciales

Normas Sanitarias.- Son reglas que todo centro canino debe cumplir en este caso se trata de la Ordenanza que regula la tenencia, protección y control de la fauna urbana en el Distrito Metropolitano de Quito y en resumen tiene como fin el equilibrio de los ecosistemas urbanos, higiene y la seguridad de las personas.

Normas Técnicas.- Todo centro canino debe tener un área abierta para un buen desenvolvimiento de las mascotas y un espacio adicional para la evacuación de las necesidades biológicas de los animales.

Adicionalmente se deberá contar con los servicios de un veterinario para atención de las mascotas en los casos que sean necesarios

Normas Comerciales.-Se requiere una autorización municipal para hacer uso del suelo y adecuar los espacios para pasear, socializar y realizar otras actividades recreacionales para los animales domésticos que sean compatibles con el bienestar animal

En un nuevo punto de la ordenanza que regula la tenencia, protección y control de la fauna urbana de marzo del 2015 establece que los establecimientos especializados de mascotas en Quito solo podrán vender animales domésticos que provengan de criaderos autorizados y además

que los perros y gatos deberán estar esterilizados antes de ser comercializados, esto a menos que se indique que la mascota será destinada a reproducción.

III.D. Glosario de términos

PIB.- Conjunto de bienes y servicios producidos por un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.

Inflación.- Es el incremento del nivel general de precios

Tasa de interés activa.- Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados.

Embi.- Se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera.

Inversión.- Es una colocación de capital para obtener una ganancia futura

Perceptores.- Son aquellas personas que reciben ingresos de cualquier fuente ya sea del trabajo, renta de la propiedad o transferencias

Balanza Comercial.- Se denomina balanza comercial a la diferencia monetaria entre exportaciones e importaciones por parte de un país en un determinado período de tiempo.

Pet Friendly.- Significa que las mascotas son bienvenidos en un establecimiento sin que les prohíban la entrada.

CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

III.A. Naturaleza de la Investigación

Este tema de investigación es de tipo cuantitativo puesto que utiliza recolección de datos y análisis de los mismos para contestar preguntas y probar la hipótesis establecida.

La modalidad de la investigación que se utilizó corresponde a una investigación de campo misma que contó con información recopilada en el sitio donde se realizaron las encuestas que en este caso fue la ciudad de Quito en la provincia de Pichincha.

El nivel de investigación del presente trabajo es de tipo exploratoria ya que no existen hostales de paso para apareamiento de mascotas en el cantón Quito provincia de Pichincha

III.B. Población y Muestra

III.B.1.Determinacion del universo

Para este proyecto el universo comprende a todas las familias de la ciudad de Quito que poseen mascotas

III.B.2.Mercado Objetivo

El mercado objetivo son las familias que posean mascotas y que pertenecen a los estratos medio alto y alto de la ciudad de Quito ya que serían los potenciales consumidores de este servicio por ser el grupo que tiene el poder adquisitivo de utilizarlo.

III.B.3. Calculo de la muestra

En este caso se realizaron 121 encuestas a propietarios de mascotas, 20 encuestas a dueños de tiendas de mascotas y por último 20 encuestas a veterinarios.

III.C. Técnica de recolección de datos

La técnica utilizada para la recolección de datos en la presente investigación es la encuesta, se realizaron 3 clases de encuestas una dirigida a los propietarios de mascotas, la segunda a dueños de tiendas de mascotas y la tercera dirigida a veterinarios.

III.D. Instrumento de recolección de datos

El instrumento para recolección de datos utilizado en la presente investigación fue el cuestionario, para el caso dueños de mascotas consta de 8 preguntas; para las tiendas de mascotas consta de 7 preguntas y el último dirigido a veterinarios consta de 13 de preguntas.

III.E. Análisis de Datos

Para el análisis de datos se utilizó el método de tabulación de datos de los resultados obtenidos en cada una de las preguntas de cada cuestionario mediante tablas y gráficos con el fin de interpretarlos, los cuales se mostrarán en el próximo capítulo.

III.D Fases de la propuesta

Una vez determinada la aceptación para la utilización de un hostel de paso para apareamiento de mascotas se procede a brindar la asesoría para la implementación del mismo en los siguientes aspectos: las características e instalaciones, estrategia de marketing para que el mismo sea

exitoso y finalmente aspectos financieros que se refiere a ingresos proyectados e inversiones y gastos.

CAPITULO IV ANALISIS DE LOS DATOS E INFORMACION

IV.A Realización de la encuesta

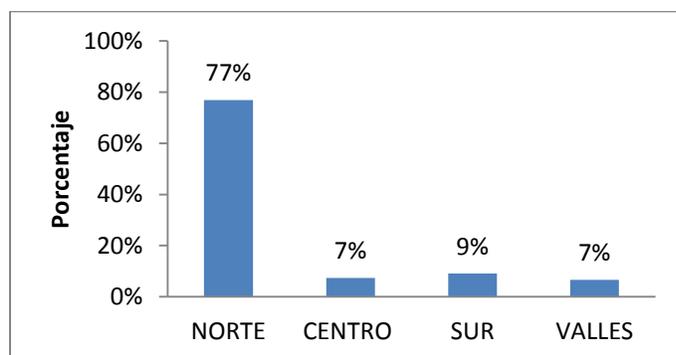
La encuesta a dueños de mascotas se realizó en los parques Bicentenario, La Carolina y Metropolitano que es el lugar donde generalmente están paseando a sus mascotas. De los encuestados el 77% tiene como su sector de residencia el norte un 9% en el sur, un 7% en el centro de la ciudad y por ultimo un 7% en los valles.

Tabla 3 Sector de residencia encuestados

| Sector | Numero | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| NORTE | 93 | 77% |
| CENTRO | 9 | 7% |
| SUR | 11 | 9% |
| VALLES | 8 | 7% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 5 Sector de Residencia Encuestados



Elaborado por: María del Carmen Montaño

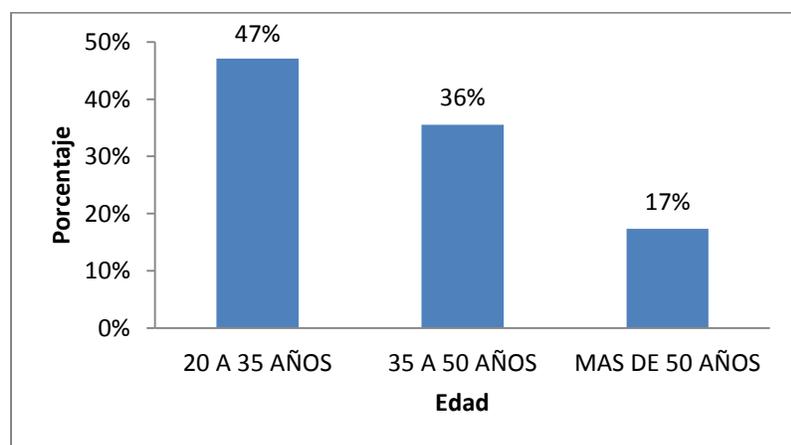
Las edades comprendidas de los encuestados entre 20 a 35 años lo conforman el porcentaje más alto que es el 47%, luego tenemos un 36% entre las edades de 35 a 50 años y por ultimo un 17% comprendido en la edad de 50 años o más.

Tabla 4 Rango de edad encuestados

| Rango de edad | Numero | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| 20 A 35 AÑOS | 57 | 47% |
| 35 A 50 AÑOS | 43 | 36% |
| MAS DE 50 AÑOS | 21 | 17% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 6 Rango Edad Encuestados



Elaborado por María del Carmen Montaño

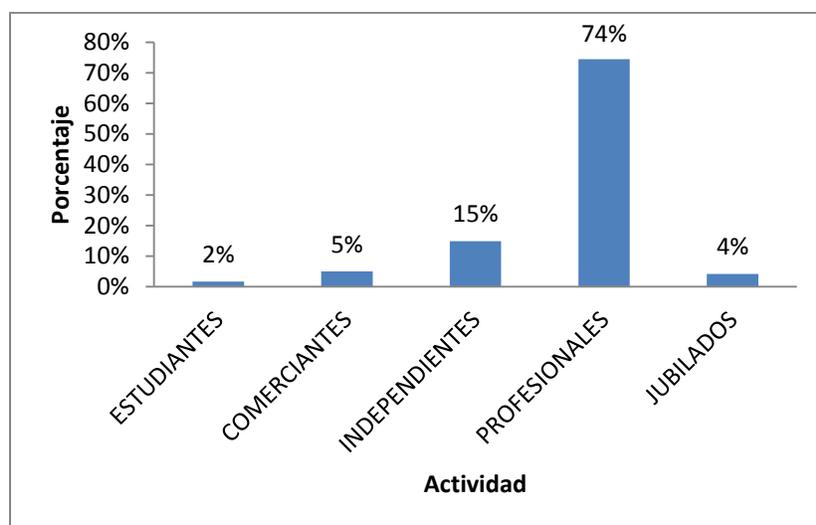
De los encuestados el 74% son profesionales, el 15% independientes, el 5% comerciantes, un 4% jubilados y un 2% estudiantes.

Tabla 5 Actividad encuestados

| Actividad | Numero | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| ESTUDIANTES | 2 | 2% |
| COMERCIANTES | 6 | 5% |
| INDEPENDIENTES | 18 | 15% |
| PROFESIONALES | 90 | 74% |
| JUBILADOS | 5 | 4% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por María del Carmen Montaño

Grafico 7 Actividad Encuestados



Elaborado por: María del Carmen Montaño

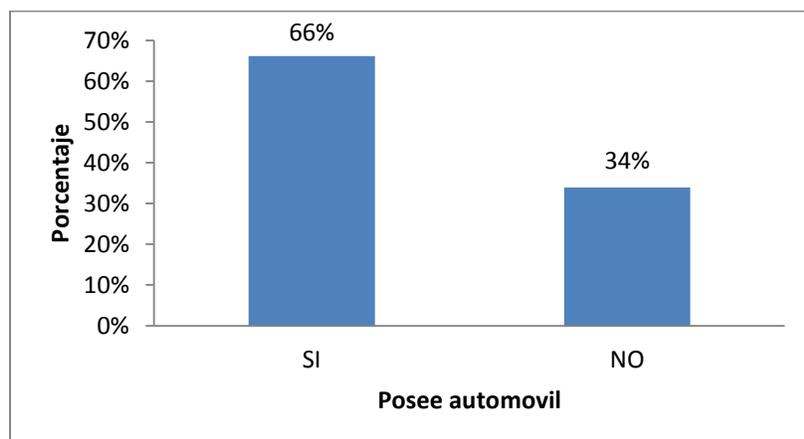
Del total de encuestados el 66% poseen automóvil mientras que el 34% no lo posee.

Tabla 6 Posesión automóvil encuestados

| Posee Automóvil | Numero | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| SI | 80 | 66% |
| NO | 41 | 34% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 8 Posesión automóvil encuestados



Elaborado por: María del Carmen Montaño

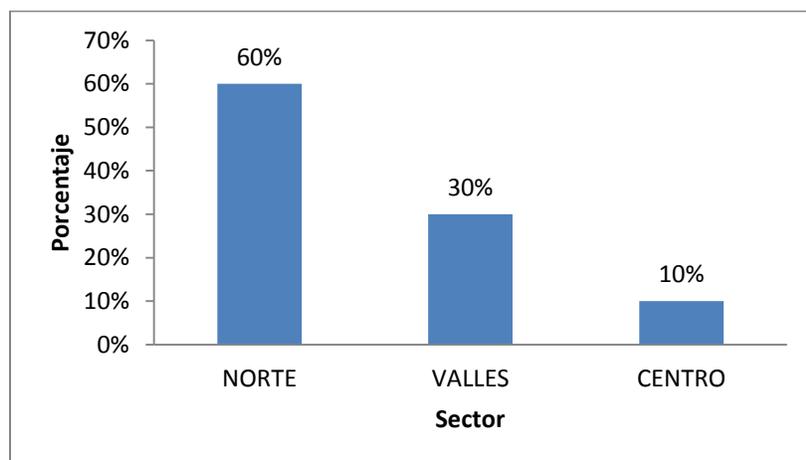
De las 20 tiendas de mascotas encuestadas el 60% se encuentran ubicadas en el sector norte, el 30% se encuentran ubicadas en los valles y el 10% se encuentran ubicadas en el centro.

Tabla 7 Sector de localización tiendas de mascotas

| Sector | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| NORTE | 12 | 60% |
| VALLES | 6 | 30% |
| CENTRO | 2 | 10% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 9 Sector de localización tiendas de mascotas



Elaborado por: María del Carmen Montaño

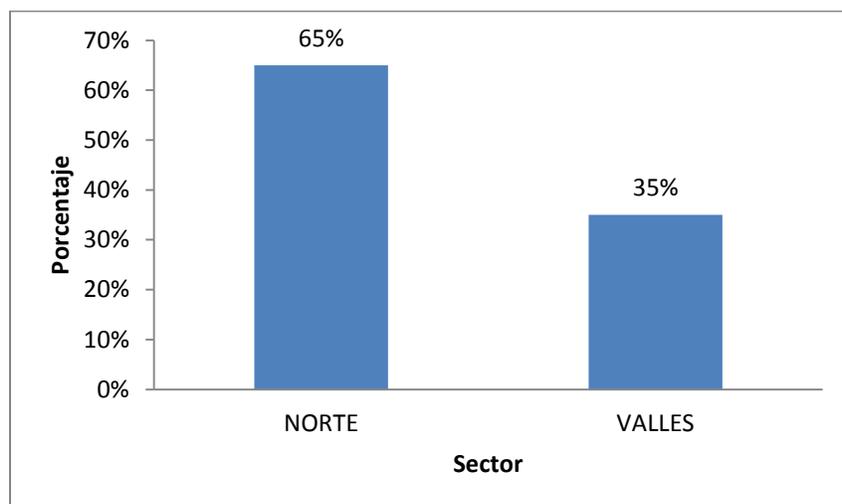
De los 20 médicos veterinarios encuestados el 65% tiene ubicado su consultorio en el norte mientras que 35% en sector de los valles

Tabla 8 Sector de localización médicos veterinarios

| Sector | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| NORTE | 13 | 65% |
| VALLES | 7 | 35% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 10 Sector de localización médicos veterinarios



Elaborado por: María del Carmen Montaño

IV.B. Tabulación de datos

ENCUESTA A DUEÑOS DE MASCOTAS

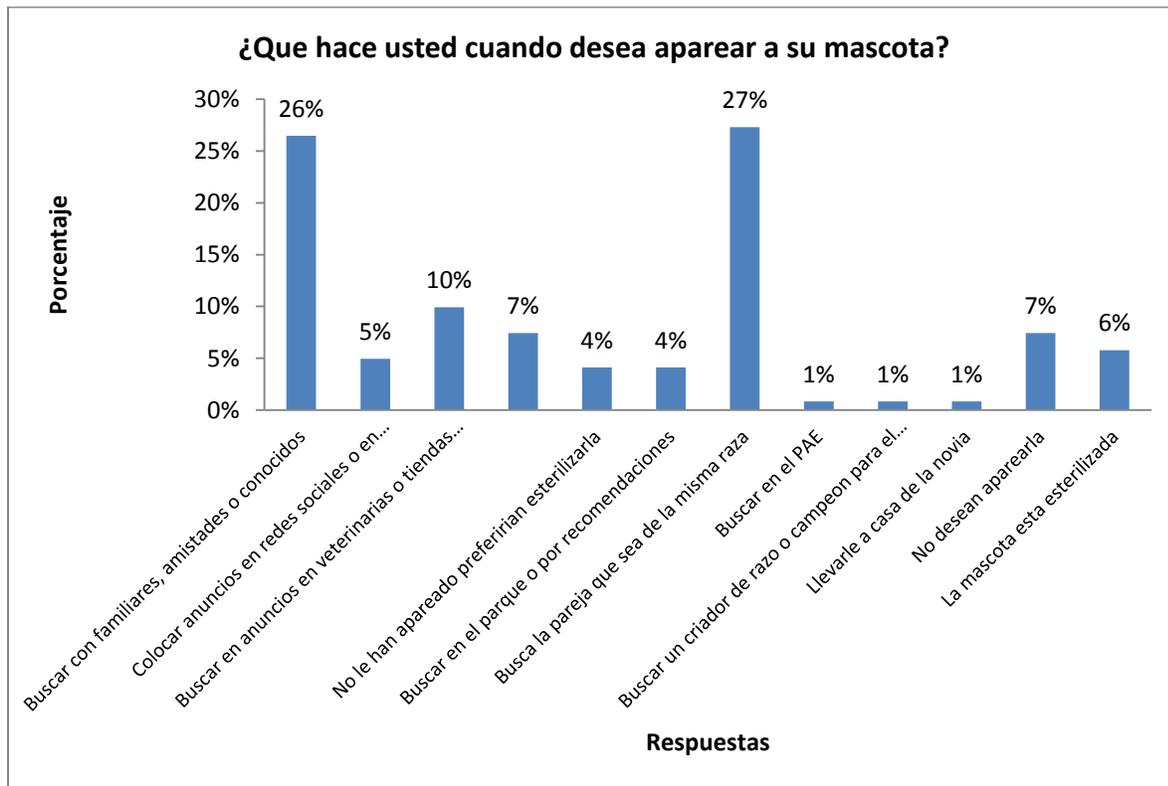
PREGUNTA 1 ¿Qué hace usted cuando desea aparear a su mascota?

Tabla 9 Resultados pregunta 1

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Buscar con familiares, amistades o conocidos | 32 | 26% |
| Colocar anuncios en redes sociales o en internet | 6 | 5% |
| Buscar en anuncios en veterinarias o tiendas de mascotas | 12 | 10% |
| No le han apareado ya que se les dificulta encontrar pareja | 9 | 7% |
| No le han apareado preferirían esterilizarla | 5 | 4% |
| Buscar en el parque o por recomendaciones | 5 | 4% |
| Busca la pareja que sea de la misma raza | 33 | 27% |
| Buscar en el PAE | 1 | 1% |
| Buscar un criador de raza o campeón para el cruce | 1 | 1% |
| Llevarle a casa de la novia | 1 | 1% |
| No desean aparearla | 9 | 7% |
| La mascota esta esterilizada | 7 | 6% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 11 Resultados pregunta 1



Elaborado por: María del Carmen Montaño

Se puede observar que el 26% de los dueños de mascotas buscar con sus familiares, amistados o conocidos a la pareja de su mascota y un 27% buscar a la pareja, que sea de la misma raza pero sin especificar la manera; mientras que un 10% busca en anuncios en veterinarias o tiendas de mascotas a la pareja; un 7% de dueños no han apareado a su mascota ya que se les dificulta encontrar pareja. Un 5% coloca anuncios en redes sociales o en internet para buscar a la pareja de la mascota. Un 4% busca en el parque o por recomendaciones y en un porcentaje del 1% los dueños buscan en el PAE o un criador de raza para busca la pareja de la mascota o llevarle a la casa de la novia

Otros dueños en cambio no desean aparear a su mascota y otras ya la han esterilizado, en un porcentaje del 7% y 6% respectivamente

PREGUNTA 2 ¿Ha escuchado alguna vez sobre un centro de apareamiento de mascotas?

Tabla 10 Resultados pregunta 2

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 2 | 2% |
| NO | 119 | 98% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 12 Resultados pregunta 2



Elaborado por: María del Carmen Montaño

Podemos observar que de los 121 encuestados un 98% de encuestados nunca han escuchado sobre un centro de apareamiento de mascotas y un 2% manifiesta conocer alguno

PREGUNTA 3 ¿Si su respuesta es si cuál?

Tabla 11 Resultados pregunta 3

| Respuestas | Numero |
|------------|--------|
| PAE | 1 |
| SAN ROQUE | 1 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

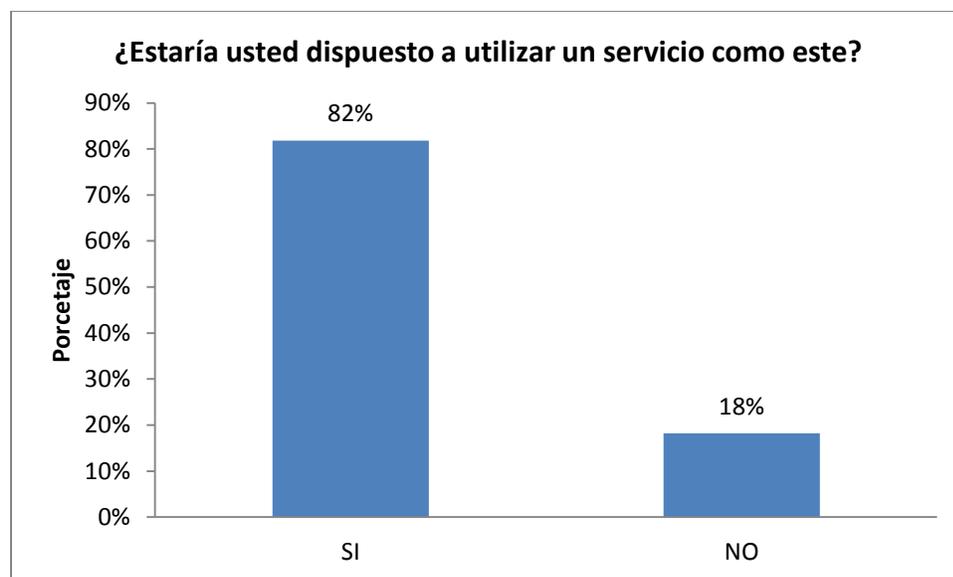
Tabla 12 Resultados pregunta 4

PREGUNTA 4 ¿Estaría usted dispuesto a utilizar un servicio como este?

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 99 | 82% |
| NO | 22 | 18% |
| TOTAL | 121 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 13 Resultados pregunta 4



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 121 encuestados un 82% de dueños de mascotas estarían dispuestos a utilizar el servicio de un centro de apareamiento de mascotas mientras que el 18% no le interesa este tipo de servicio

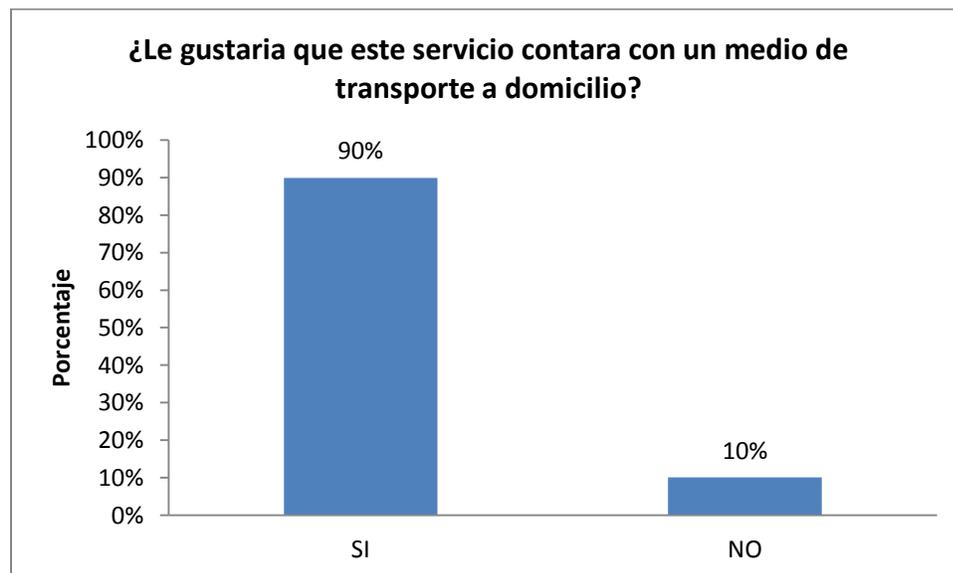
PREGUNTA 5 ¿Le gustaría que este servicio contara con un medio de transporte a domicilio?

Tabla 13 Resultados pregunta 5

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 89 | 90% |
| NO | 10 | 10% |
| TOTAL | 99 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 14 Resultados pregunta 5



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 121 encuestados un 90% le interesaría que este servicio contara con un transporte a domicilio y un 10% llevaría directamente a la mascota hasta el centro de apareamiento de mascotas

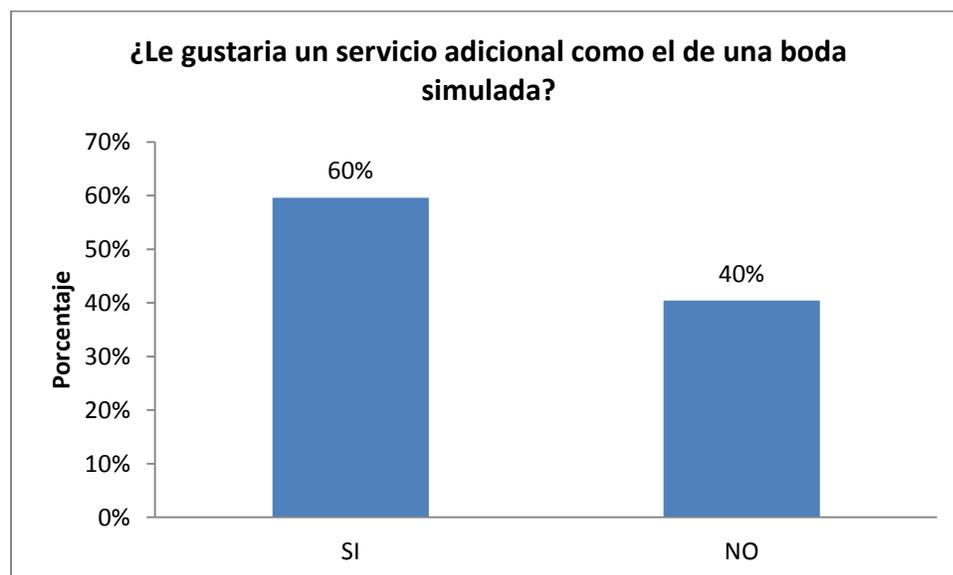
PREGUNTA 6 ¿Le gustaría un servicio adicional como el de una boda simulada?

Tabla 14 Resultados pregunta 6

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 59 | 60% |
| NO | 40 | 40% |
| TOTAL | 99 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 15 Resultados pregunta 6



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 121 encuestados un 60% le agrada la idea de un recuerdo de boda simulada de su mascota mientras que el 40% no le interesa esta idea

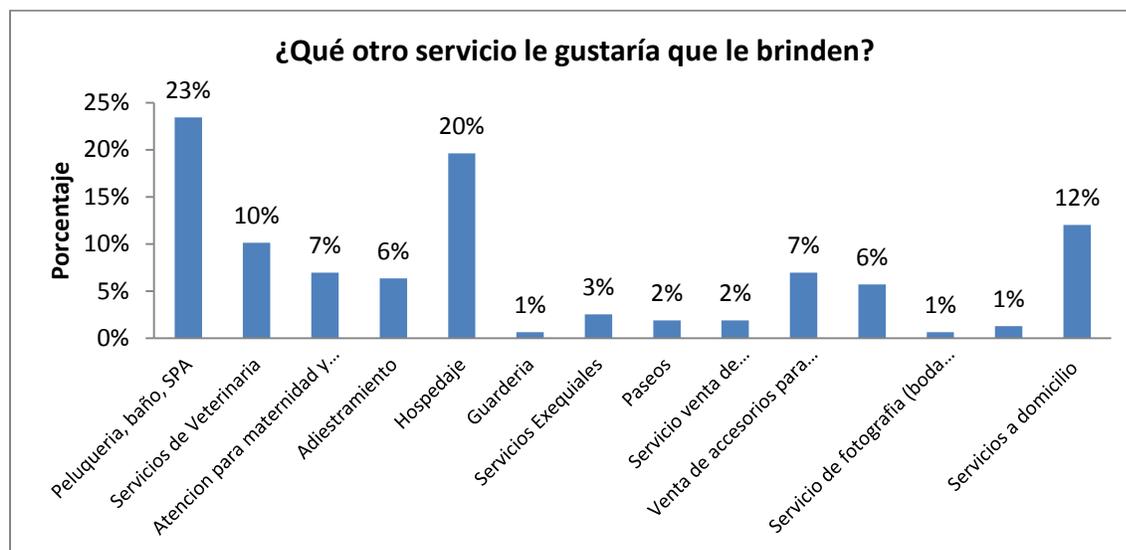
PREGUNTA 7 ¿Que otro servicio le gustaría que le brinden?

Tabla 15 Resultados pregunta 7

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Peluquería, baño, SPA | 37 | 23% |
| Servicios de Veterinaria | 16 | 10% |
| Atención para maternidad y cachorros recién nacidos | 11 | 7% |
| Adiestramiento | 10 | 6% |
| Hospedaje | 31 | 20% |
| Guardería | 1 | 1% |
| Servicios Exequiales | 4 | 3% |
| Paseos | 3 | 2% |
| Servicio venta de cachorros/ubicación con dueños responsables | 3 | 2% |
| Venta de accesorios para mascotas | 11 | 7% |
| Charlas concientización tenencia responsable mascotas | 9 | 6% |
| Servicio de fotografía (boda perros) | 1 | 1% |
| Catalogo candidatos parejas mascotas | 2 | 1% |
| Servicios a domicilio | 19 | 12% |
| TOTAL | 158 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 16 Resultados pregunta 7



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 121 encuestados al 23% le interesaría que también se brinde servicios de peluquería, baño y SPA mientras que a un 20% le interesaría un servicio de hospedaje. Un 12% de encuestados le interesan servicios a domicilio que sean de veterinaria o peluquería. A un 10% le interesan que le brindaran servicios de veterinaria como desparasitación y controles de salud. A un 7% le interesan servicios de atención en maternidad y a cachorros recién nacidos así como también la venta de accesorios para mascotas. Al 6% le interesarían servicios de adiestramiento y charlas para concientización de hacerse responsable de una mascota. Al 3% le interesaría que se brinden servicios exequiales. A un 2% le interesarían servicios de paseo para su mascota y servicios de venta de cachorros y ubicación de los mismos con dueños responsables. Y finalmente a un 1% le interesaría un servicio de guardería, servicio de fotografía

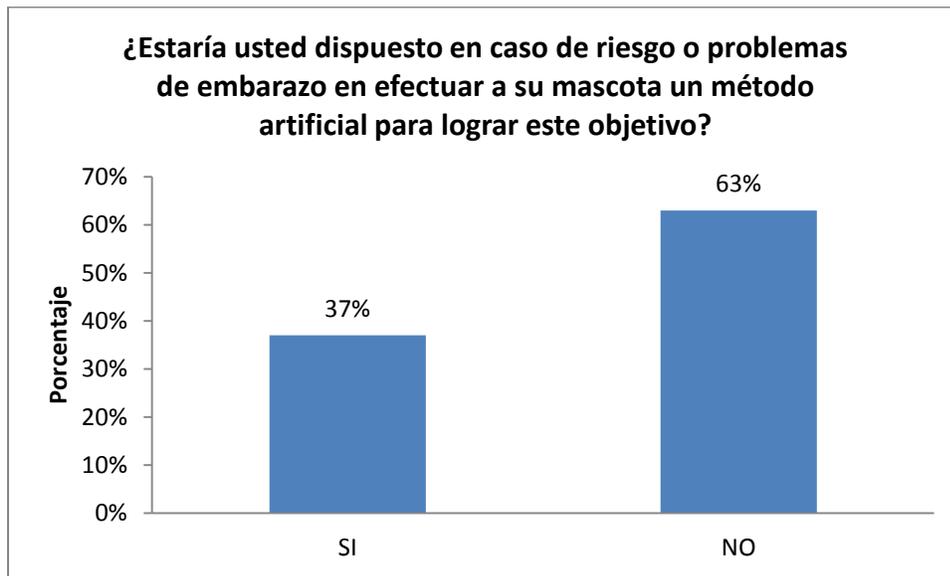
PREGUNTA 8 ¿Estaría usted dispuesto en caso de riesgo o problemas de embarazo en efectuar a su mascotas un método artificial para lograr este objetivo?

Tabla 16 Resultados pregunta 8

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|-------------------|---------------|-------------------|
| SI | 37 | 37% |
| NO | 62 | 63% |
| TOTAL | 99 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 17 Resultados pregunta 8



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 121 encuestados a un 62% no le interesaría realizar un método artificial para lograr un embarazo en su mascota mientras que a un 37% si le interesaría esta idea.

ENCUESTA TIENDAS DE MASCOTAS

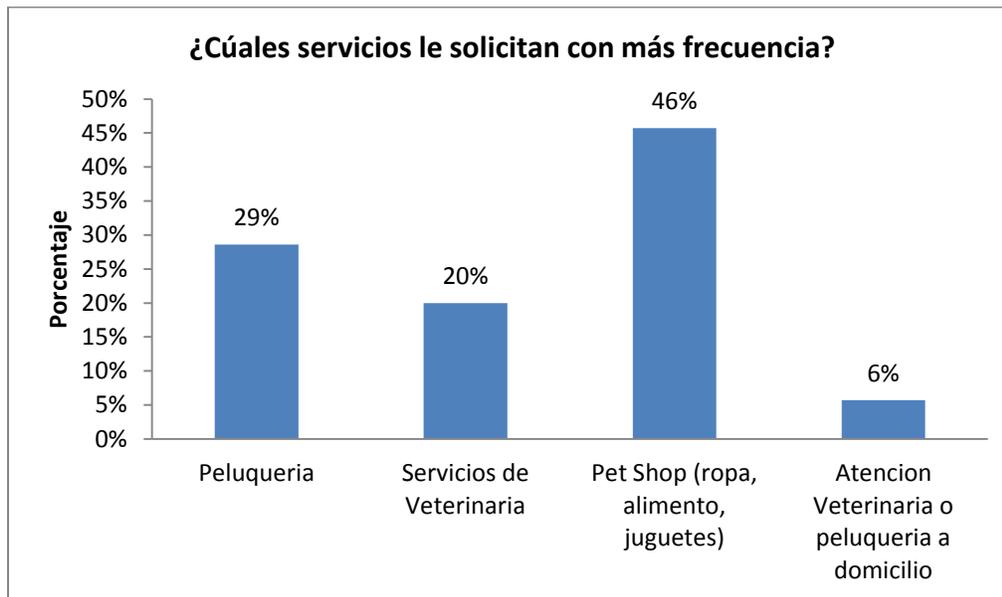
PREGUNTA 1 ¿Cuáles servicios le solicitan con más frecuencia?

Tabla 17 Resultados pregunta 1

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|---|-----------|-------------|
| Peluquería | 10 | 29% |
| Servicios de Veterinaria | 7 | 20% |
| Pet Shop (ropa, alimento, juguetes) | 16 | 46% |
| Atención Veterinaria o Peluquería a domicilio | 2 | 6% |
| TOTAL | 35 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 18 Resultados pregunta 1



Elaborado por: María del Carmen Montaño

Los servicios más solicitados en las tiendas de mascotas con un 46% son pet shop que engloban ropa, alimento y juguetes. Posteriormente con un 29% están los servicios de peluquería; con un 20% están los servicios de veterinario y finalmente con un 6% atención veterinaria o peluquería a domicilio.

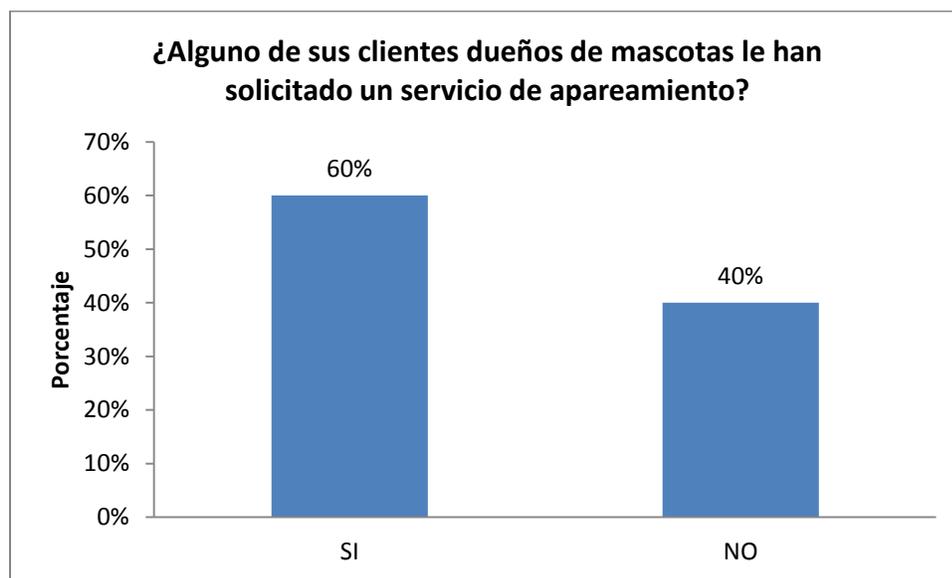
PREGUNTA 2 ¿Alguno de sus clientes dueños de mascotas le han solicitado un servicio de apareamiento?

Tabla 18 Resultados pregunta 2

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 12 | 60% |
| NO | 8 | 40% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 19 Resultados pregunta 2



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De las 20 tiendas encuestadas a un 60% les han solicitado un servicio de apareamiento y al 40% nunca les han solicitado este servicio

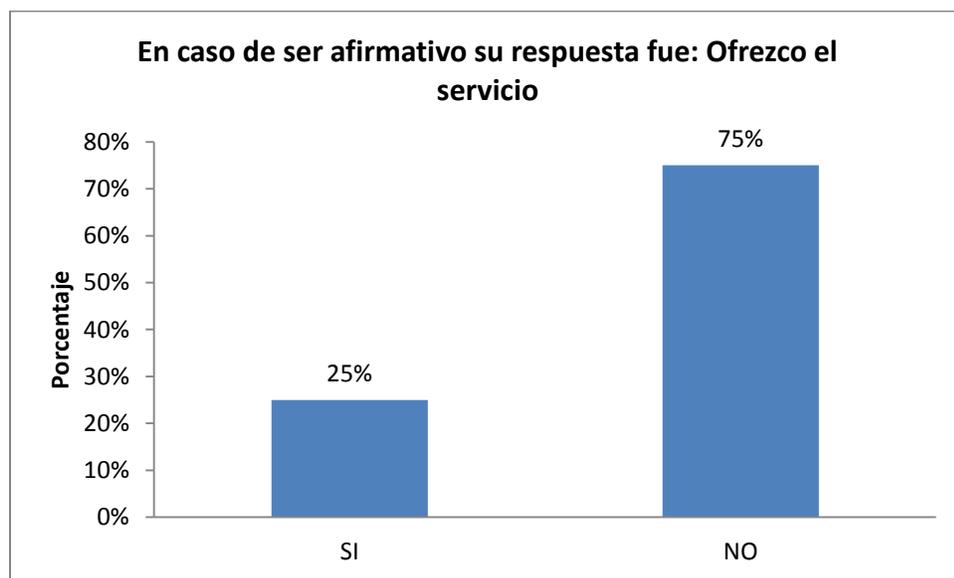
PREGUNTA 3 En caso de ser afirmativo su respuesta fue: Ofrezco el servicio

Tabla 19 Resultados pregunta 3

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 3 | 25% |
| NO | 9 | 75% |
| TOTAL | 12 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 20 Resultados pregunta 3



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De las 20 tiendas encuestadas un 25% su respuesta fue si ofrezco el servicio y un 75% su respuesta fue no ofrezco el servicio

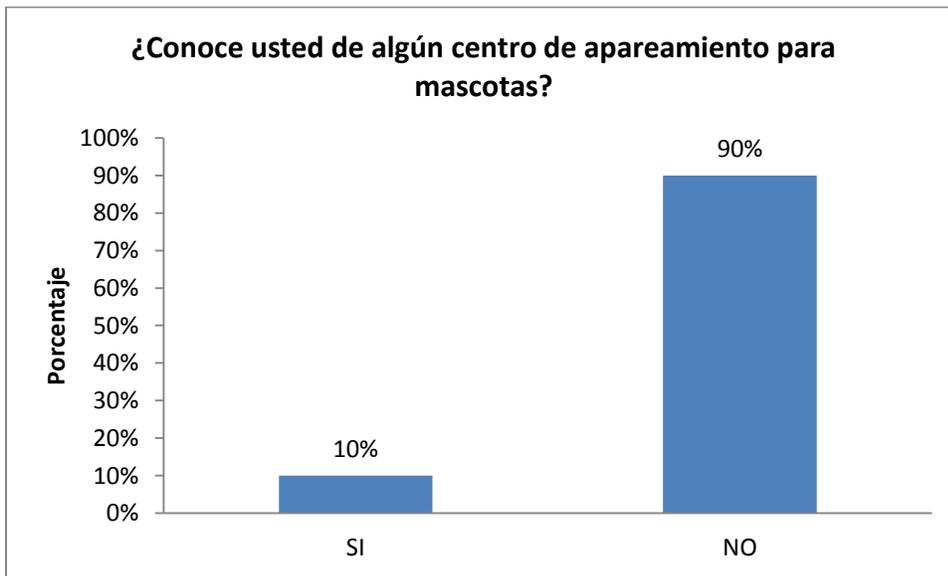
PREGUNTA 4 ¿Conoce usted de algún centro de apareamiento para mascotas?

Tabla 20 Resultados pregunta 4

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 2 | 10% |
| NO | 18 | 90% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 21 Resultados pregunta 4



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De las 20 tiendas encuestadas un 10% conoce de un centro de apareamiento de mascotas y el 90% no conoce ningún centro de apareamiento de mascotas

PREGUNTA 5 Si su respuesta es si ¿Cuál?

Tabla 21 Resultados respuesta 5

| Respuestas | Numero |
|-----------------|--------|
| LORD GUAU | 1 |
| ROBERTO CAPUTTI | 1 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

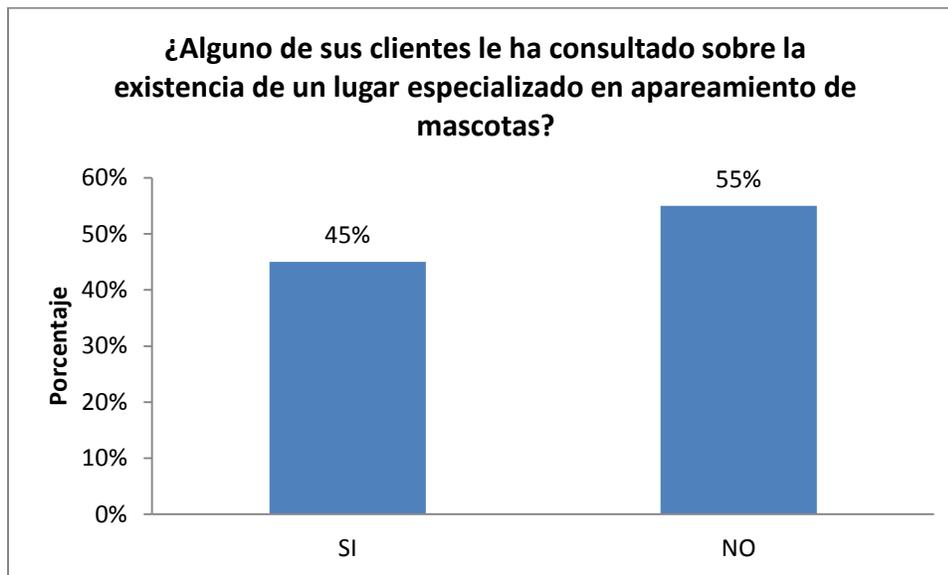
PREGUNTA 6 ¿Alguno de sus clientes le han consultado sobre la existencia de un lugar especializado en apareamiento de mascotas?

Tabla 22 Resultados respuesta 6

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 9 | 45% |
| NO | 11 | 55% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 22 Resultados respuesta 6



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De las 20 tiendas encuestadas a un 45% le han consultado sobre la existencia de un lugar especializado en apareamiento de mascotas mientras que al 55% no le han hecho este tipo de consulta

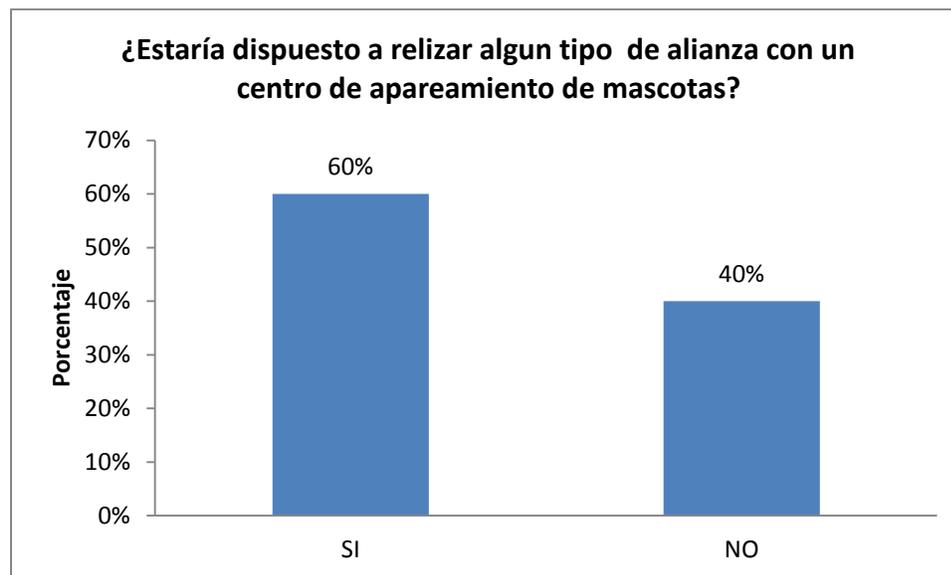
PREGUNTA 7 ¿Estaría dispuesto a realizar algún tipo de alianza con un centro de apareamiento de mascotas?

Tabla 23 Resultados pregunta 7

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 12 | 60% |
| NO | 8 | 40% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 23 Resultados pregunta 7



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De las 20 tiendas encuestadas a un 60% estaría dispuesto a realizar algún tipo de alianza con un centro de apareamiento de mascotas mientras que al 40% no le interesa ningún tipo de alianza.

ENCUESTA MEDICOS VETERINARIOS

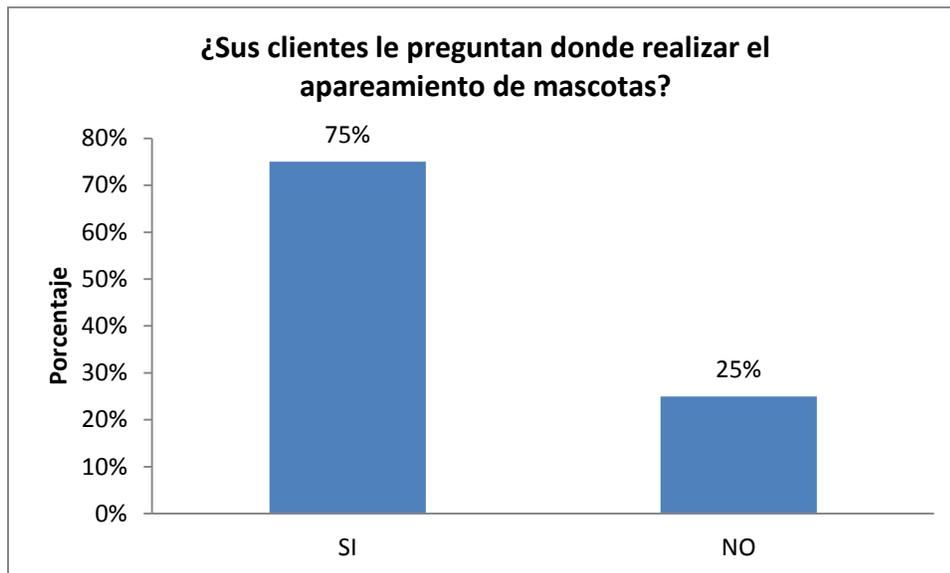
PREGUNTA 1 ¿Sus clientes le preguntan dónde realizar el apareamiento de mascotas?

Tabla 24 Resultados pregunta 1

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 15 | 75% |
| NO | 5 | 25% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 24 Resultados pregunta 1



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 20 médicos veterinarios encuestados el 75% de sus clientes le consultan donde realizar el apareamiento de mascotas y el 25% no le realiza esta consulta

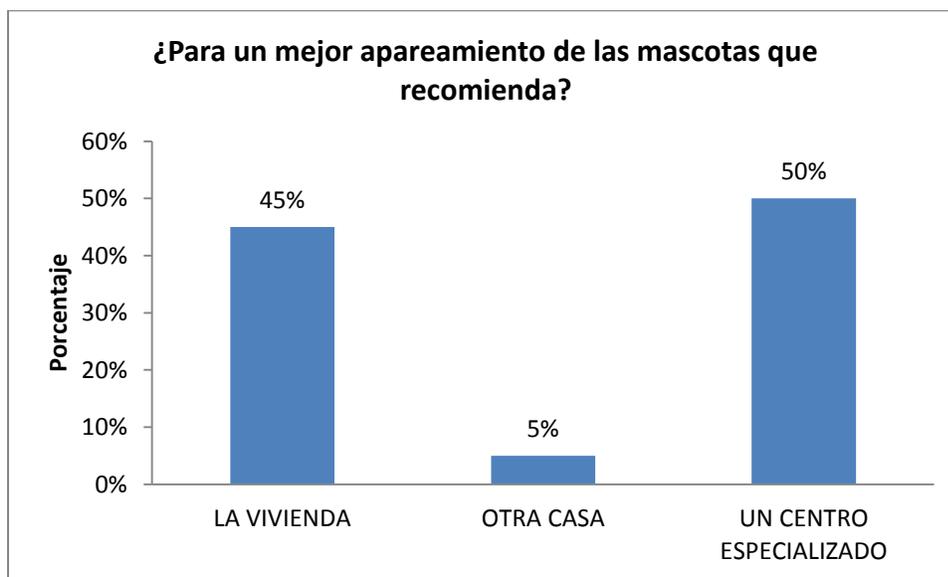
PREGUNTA 2 ¿Para un mejor apareamiento de las mascotas que recomienda?

Tabla 25 Resultados pregunta 2

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|-------------------------|-----------|-------------|
| LA VIVIENDA | 9 | 45% |
| OTRA CASA | 1 | 5% |
| UN CENTRO ESPECIALIZADO | 10 | 50% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 25 Resultados pregunta 2



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 20 médicos veterinarios encuestados el 50% recomiendo que un centro especializado es el mejor lugar para un apareamiento de las mascotas mientras que el 45% indica que es mejor la vivienda y el 5% indica que otra casa.

PREGUNTA 3 ¿Porque?

VIVIENDA: Si es macho está a gusto en su territorio, el apareamiento es un proceso natural, hay más tranquilidad para las mascotas, mayor facilidad y comodidad de las mascotas.

OTRA CASA: Cuando es hembra es preferible que vaya a la casa del macho ahí será más factible que ella permita la monta.

UN CENTRO ESPECIALIZADO: Control de todos los factores, casos especiales donde la asistencia de un profesional es indispensable, es un sitio neutral para que ninguno de los dos esté en su territorio, pre control y pos control de la monta

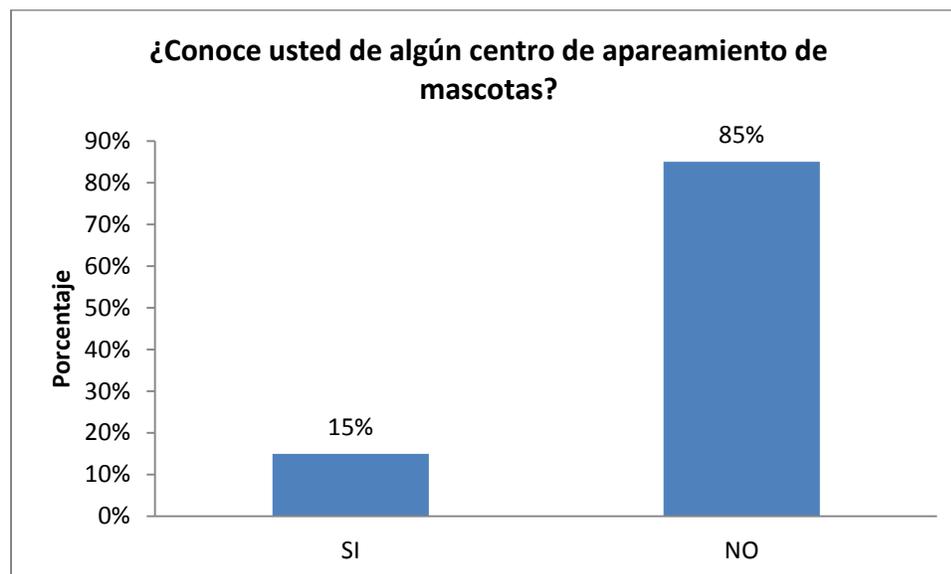
PREGUNTA 4 ¿Conoce usted de algún centro de apareamiento de mascotas?

Tabla 26 Resultados pregunta 6

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 3 | 15% |
| NO | 17 | 85% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 26 Resultados pregunta 6



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 20 médicos veterinarios encuestados el 85% no conoce de ningún centro de apareamiento de mascotas mientras que el 15% si conoce que existen es tipo de centros

PREGUNTA 5 Si su respuesta es sí ¿cuál?

Tabla 27 Resultados pregunta 5

| Respuestas | Numero |
|--------------------------------|--------|
| VETERINARIA PERROPOLIS | 1 |
| HOSPITAL LUCKY | 1 |
| CRIADEROS | 1 |
| CLINICA DE REPRODUCCION ANIMAL | 1 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 20 médicos veterinarios encuestados 4 de ellos indican conocer lugares de apareamiento de mascotas

PREGUNTA 6 ¿A qué edad empieza el primer celo en las perras?

Tabla 28 Resultados pregunta 6

| Respuestas |
|--|
| Depende de la raza o el tamaño varía entre 10 meses a un 1 año 2 meses |
| Del 6to al 9no mes |
| Entre 6 meses al año y medio dependiendo de la raza |
| 6 a 8 meses |
| 5 a 7 meses |
| 7 meses a un año |
| Entre 8 y 10 meses y de 6 meses a 12 meses |
| Media de 8 meses |
| Depende del tamaño de la raza |
| De 6 meses hasta 2 años |
| Razas pequeñas 6 meses y razas grandes año a año y medio |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

PREGUNTA 7 ¿A qué edad empieza el primer celo en las gatas?

Tabla 29 Resultados pregunta 7

| Respuestas |
|--------------------------|
| 8 meses a 11 meses |
| 5 meses las más precoces |
| 6 a 8 meses |
| 6 y 9 meses |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

PREGUNTA 8 ¿Cada cuánto tiempo se presenta el celo en las perras?

Tabla 30 Resultados pregunta 8

| Respuestas |
|---------------------------------|
| Cada 6 meses en promedio |
| En algunos casos 3 veces al año |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

PREGUNTA 9 ¿Cada cuánto tiempo se presente el celo en las gatas?

Tabla 31 Resultados pregunta 9

| Respuestas |
|------------------------------|
| Es irregular |
| Es inducido |
| Como promedio de 2 a 4 meses |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

PREGUNTA 10 ¿Cuántas veces debe aparearse una perra durante el periodo de celo?

Tabla 32 Resultados pregunta 10

| Respuestas |
|-------------------|
| dos a tres veces |
| 4 veces |
| 1 vez |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

PREGUNTA 11 ¿Cuántas veces debe aparearse una gata durante el periodo de celo?

Tabla 33 Resultados pregunta 11

| Respuestas |
|-----------------------------|
| 1 vez es ovuladora inducida |
| 2 a 3 veces |
| 4 veces |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

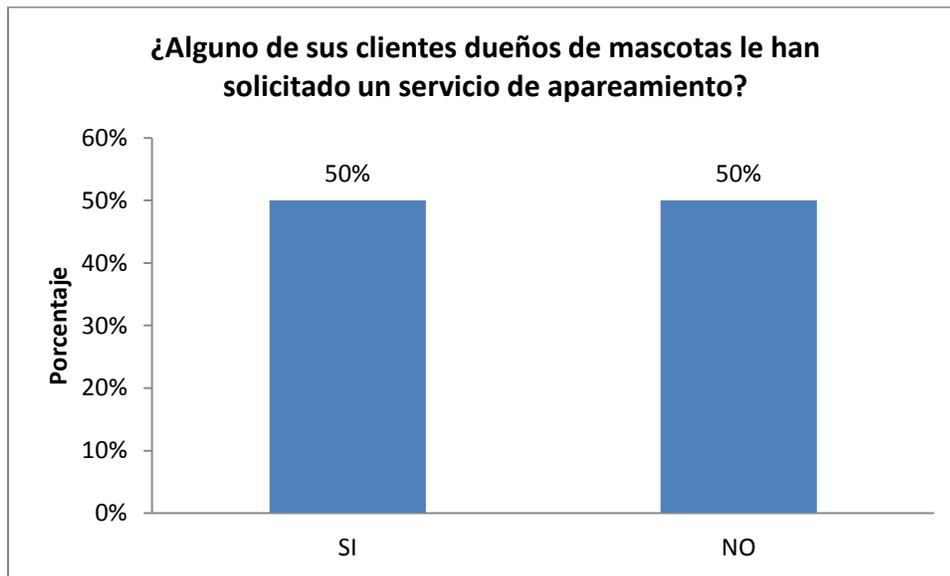
PREGUNTA 12 ¿Alguno de sus clientes dueños de mascotas le han solicitado un servicio de apareamiento?

Tabla 34 Resultados pregunta 12

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|-------------------|---------------|-------------------|
| SI | 10 | 50% |
| NO | 10 | 50% |
| TOTAL | 20 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 27 Resultados pregunta 12



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 20 médicos veterinarios encuestados un 50% indican que sus clientes dueños de mascotas le han solicitado un servicio de apareamiento mientras que el otro 50% no le solicitan este tipo de servicio

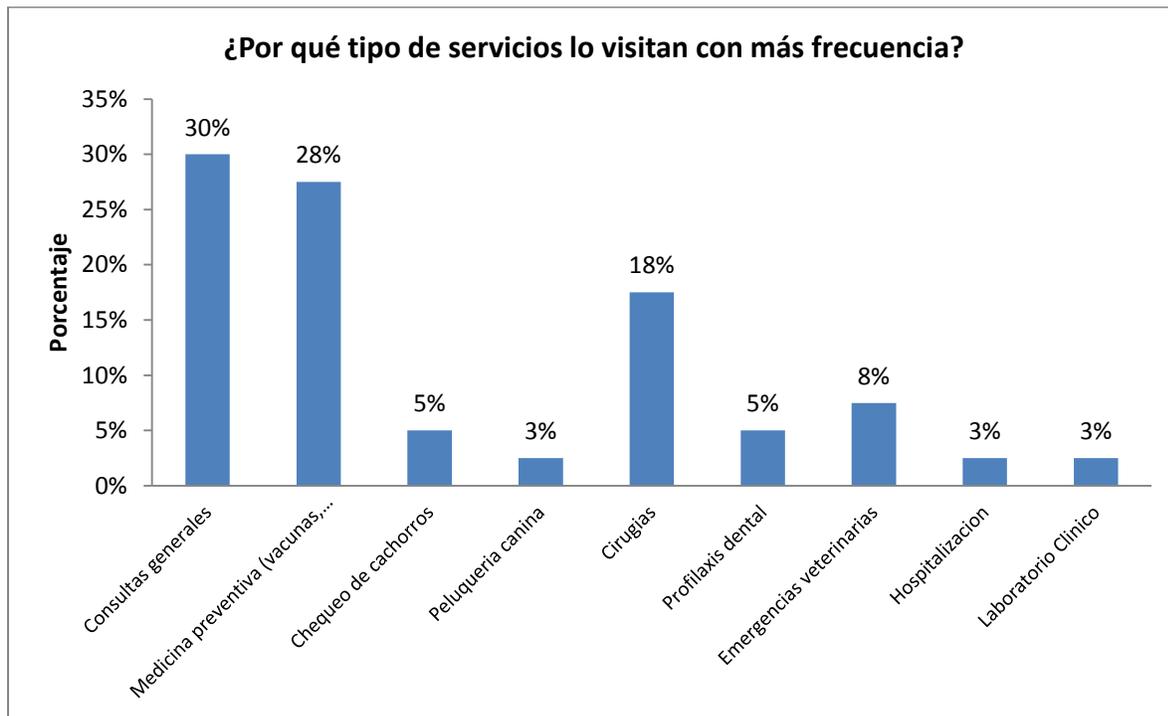
PREGUNTA 13 ¿Por qué tipo de servicios lo visitan con más frecuencia?

Tabla 35 Resultados pregunta 13

| Respuestas | Numero | Porcentaje |
|--|-----------|-------------|
| Consultas generales | 12 | 30% |
| Medicina preventiva (vacunas, desparasitaciones) | 11 | 28% |
| Chequeo de cachorros | 2 | 5% |
| Peluquería canina | 1 | 3% |
| Cirugías | 7 | 18% |
| Profilaxis dental | 2 | 5% |
| Emergencias veterinarias | 3 | 8% |
| Hospitalización | 1 | 3% |
| Laboratorio Clínico | 1 | 3% |
| TOTAL | 40 | 100% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Grafico 28 Resultados pregunta 13



Elaborado por: María del Carmen Montaño

De los 20 médicos encuestados se puede observar que el 30% de sus clientes le solicitan el servicio de consulta general, seguido con un 28% en lo que se refiere a medicina preventiva, luego está el 18% por servicio de cirugía, un 8% por servicios de veterinaria, el 5% por chequeo de cachorros y profilaxis dental y finalmente un 3% por peluquería canina, hospitalización y laboratorio clínico.

IV.C. Análisis de Resultados

En su mayoría los dueños de mascotas cuando desean aparearlas buscan con familiares o amigos para buscar a la pareja; sin embargo también hay dueños de mascotas que no las aparean porque

se les dificulta encontrar pareja para su mascota, al preguntar si les interesaría un servicio de un centro de apareamiento de mascotas se obtiene un si del 82% de los encuestados.

En el caso de las tiendas de mascotas se observa que al 60% le han solicitado servicios de apareamiento para sus mascotas y un 45% le ha consultado sobre la existencia de un centro especializado en apareamiento de mascotas

En el caso de los veterinarios al 75% le han consultado en donde realizar el apareamiento de mascotas.

El 50% de los médicos veterinarios encuestados recomienda un centro especializado para un mejor apareamiento de las mascotas. De igual manera a un 50% de los médicos veterinarios encuestados les solicitaron un servicio de apareamiento

IV.D. Conclusiones

Después de haber realizado las encuestas se determina que existe una buena aceptación para este nuevo servicio para mascotas que sería el centro de apareamiento. Sería prácticamente algo innovador en cuanto a servicios de mascotas ya que no existe ningún centro de este tipo. También se puede determinar que los dueños de mascotas también les gustaría servicios a domicilio esto también puede ser un potencial nuevo de mercado. En la encuesta realizada también se puede determinar que las mascotas cada vez son más importantes dentro de la familia ya que solicitan nuevos servicios como los exequiales y de guardería

IV.E. Fases de la propuesta

Una vez determinada la factibilidad de la implementación de un hostel de paso para apareamiento de mascotas la asesoría consiste en determinar: estructura organizacional,

características de las instalaciones, estrategia de marketing y los aspectos financieros de la empresa

CAPITULO V LA PROPUESTA

V.A. Análisis de la Demanda

Según Gabriel Baca Urbina la principal meta que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del mismo en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una variedad de factores como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población por tanto el estudio deberá tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias (15)

V.B. Proyección de la demanda

El hostel de paso para apareamiento de mascotas esta destino para clientes que pertenecen a la clase media alta y alta que son nuestro mercado objetivo, de acuerdo a datos del INEC se tiene que el 13,10% de la población pertenece a este estrato

ESTRATOS SOCIECONOMICOS DE LA POBLACION DEL ECUADOR

Tabla 36 Estratos Socioeconómicos

| Estrato | Descripción | Porcentaje |
|---------|--------------|------------|
| A | Alto | 1,90% |
| B | Medio alto | 11,20% |
| C+ | Medio típico | 22,80% |
| C- | Medio Bajo | 49,30% |
| D | Bajo | 14,90% |

} 13,10%

Fuente: Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

Elaborado por: INEC

De las encuestas realizadas tenemos que un 77% tienen como sector de residencia el norte, un 9% el sur, un 7% el centro de Quito y el 7% en los valles. En la página web del municipio de Quito en la sección: Estadísticas e Indicadores tenemos los datos de las poblaciones y viviendas por Administraciones Zonales. En este caso se necesita estudiar al número de los hogares y no al total de la población ya que por lo general son las familias las que poseen una mascota entonces se obtuvieron los datos de acuerdo al número de hogares de cada Administración Zonal en los sectores donde reside la población que participó en la encuesta de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 37 Número de familias por Administración Zonal de Quito

| ADMINISTRACION ZONAL | SECTORES | NUMERO FAMILIAS AÑO 2010 |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------------------|
| EUGENIO ESPEJO | Belisario Quevedo | 15.089,00 |
| | Mariscal Sucre | 4.997,00 |
| | Iñaquito | 16.581,00 |
| | Rumipamba | 9.912,00 |
| | Jipijapa | 11.890,00 |
| | Concepción | 10.324,00 |
| | Kennedy | 21.499,00 |
| | San Isidro del Inca | 11.755,00 |
| LA DELICIA | Cotacollao | 9.595,00 |
| | Ponceano | 16.054,00 |
| | El Condado | 23.369,00 |
| | Carcelén | 15.504,00 |
| MANUELA SAENZ | Puengasi | 17.384,00 |
| | Centro Histórico | 12.582,00 |
| | Itchimbia | 11.230,00 |
| ELOY ALFARO | Solanda | 22.087,00 |
| | La Argelia | 15.757,00 |
| | Chilibulo | 13.740,00 |
| | La Magdalena | 9.371,00 |
| | Chimbacalle | 12.248,00 |
| CALDERON | Calderón | 41.119,00 |
| TUMBACO | Cumbaya | 9.008,00 |
| | Tumbaco | 13.829,00 |

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Estadísticas e Indicadores

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Tabla 38 Total de familias por sector

| ADMINISTRACION ZONAL | TOTAL FAMILIAS |
|-----------------------------|-----------------------|
| | |
| SECTOR NORTE | |
| EUGENIO ESPEJO | 102.047,00 |
| LA DELICIA | 64.522,00 |
| TOTAL | 166.569,00 |
| | |
| SECTOR CENTRO | |
| MANUELA SAENZ | 41.196,00 |
| TOTAL | 41.196,00 |
| | |
| SECTOR SUR | |
| ELOY ALFARO | 73.203,00 |
| TOTAL | 73.203,00 |
| | |
| SECTOR VALLES | |
| CALDERON | 41.119,00 |
| TUMBACO | 22.837,00 |
| TOTAL | 63.956,00 |
| | |
| TOTAL FAMILIAS | 344.924,00 |

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Estadísticas e Indicadores

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Tabla 39 Proyección número de familias año 2010 - 2015

| Año | No Familias | Tasa Crecimiento | Familias Clase alta, media alta (13,10%) |
|------------|--------------------|-------------------------|---|
| 2010 | 344.924 | 0,80% | 45.185 |
| 2011 | 347.683 | 0,80% | 45.547 |
| 2012 | 350.465 | 0,80% | 45.911 |
| 2013 | 353.269 | 0,80% | 46.278 |
| 2014 | 356.095 | 0,80% | 46.648 |
| 2015 | 358.943 | 0,80% | 47.022 |

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Estadísticas e Indicadores

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Primero se realizara la proyección de la demanda potencial con la siguiente fórmula:

$$DP = PC * \% AC * FC$$

Donde:

PC=Posibles consumidores del servicio

%AC=% Aceptación del servicio

FC=Frecuencia de uso del servicio

Entonces para ello nos sirven los datos obtenidos en las encuestas.

| | | |
|-----------------------|-----|---------------|
| Población | | 47.022 |
| % Aceptación Servicio | 82% | 38.558 |
| Frecuencia de Uso | 1 | 38.558 |

La demanda potencial para la utilización del servicio del hostel de apareamiento sería de 38.558 visitas anuales

Para la proyección de la demanda a 5 años utilizaremos la tasa de crecimiento de hogares (familias) que es del 0,8% en la administración zonal Eugenio espejo, dato tomado de la página web del Municipio de Quito

Tabla 40 Proyección de la demanda años 2016 - 2020

| Año | No Familias | Tasa Crecimiento | Número de veces que utilizan al año | Uso potencial del servicio anual |
|------------|--------------------|-------------------------|--|---|
| 2016 | 38.558 | 0,80% | 1 | 38.558 |
| 2017 | 38.866 | 0,80% | 1 | 38.866 |
| 2018 | 39.177 | 0,80% | 1 | 39.177 |
| 2019 | 39.491 | 0,80% | 1 | 39.491 |
| 2020 | 39.806 | 0,80% | 1 | 39.806 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Se pretende captar un 5% de la demanda potencial para el primer año y con un crecimiento del 0,5% para los siguientes 4 años

Tabla 41 Número de clientes que utilizarán los servicios año 2016 - 2020

| Año | Demanda potencial | % a captar | Clientes |
|------------|--------------------------|-------------------|-----------------|
| 2016 | 38.558 | 5% | 1.928 |
| 2017 | 38.866 | 5,50% | 2.138 |
| 2018 | 39.177 | 6,00% | 2.159 |
| 2019 | 39.491 | 6,50% | 2.181 |
| 2020 | 39.806 | 7,00% | 2.202 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.C. Instalaciones

V.C.1 Factores que determinan el tamaño de la planta

Los factores que van a determinar el tamaño de la planta serán los siguientes:

La demanda que se espera tener de dueños que utilicen el servicio del HOSTAL DE PASO PARA APAREAMIENTO DE MASCOTAS

Para el caso de este servicio será un servicio estacional ya que durante todos los meses del año se tendrá aproximadamente el mismo número de clientes, lo que los dueños de los mascotas buscan es un buen servicio y que tengan el suficiente espacio para que puedan desenvolverse, es por esta razón que el tamaño que vaya a tener el proyecto en infraestructura es de vital importancia para su buen funcionamiento

Los suministros que necesitara el centro de apareamiento para su funcionamiento serán los servicios básicos como agua, electricidad etc.

V.C.2 Definición del tamaño de la planta

El tamaño de un proyecto es igual que su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción al año, en el caso del HOSTAL DE PASO PARA APAREAMIENTO DE MASCOTAS, se expresara en el número de clientes potenciales que utilicen este servicio.

El tamaño óptimo va a estar dado por la demanda del primer año y la proyectada para los siguientes años; por lo que en un inicio de la implementación del proyecto se utilizara el 50% del terreno y el otro 50% se dejara para futuras ampliaciones para otros servicios que los dueños demanden para sus mascotas

Para el funcionamiento del HOSTAL DE PASO PARA APAREAMIENTO DE MASCOTAS, se necesita la construcción de caniles para que las mascotas se puedan aparear con toda tranquilidad, equipamiento de oficina, muebles, enseres y equipos.

V.C.3 Factores que determinan la localización de la planta

En el caso del CENTRO DE APAREAMIENTO PARA MASCOTAS se va encontrará en las afueras de Quito para que sea un lugar alejado del trajín y stress típicos de la capital.

Así mismo debe tener amplias áreas verdes para esparcimiento de las mascotas

Debemos considerar que no debe estar muy lejos Quito y que deben existir facilidades de acceso.

También debemos tomar en cuenta los costos de los terrenos en los diferentes sectores posibles donde se vaya a instalar el proyecto

V.C.4 Definición de la localización

Para la definición de la localización utilizaremos el método de análisis ponderado, teniendo como alternativa tres ubicaciones: Nayon, Sangolqui y Cumbaya

Figura 6 Método de Análisis Ponderado para definición de localización

| METODO DE ANALISIS PONDERADO | | | | | | | |
|------------------------------|------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| Factor | Peso | Cumbaya | | Nayon | | Sangolqui | |
| | | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación |
| Ubicación terreno | 0,4 | 7 | 2,8 | 8 | 3,2 | 6 | 2,4 |
| Cercanía del Mercado | 0,5 | 7 | 3,5 | 10 | 5 | 6 | 3 |
| Clima | 0,1 | 7 | 0,7 | 9 | 0,9 | 7 | 0,7 |
| Totales | 1 | | 7 | | 9,1 | | 6,1 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Entonces la localización óptima será Nayon, ya que se encuentra a 10 minutos de Quito, no existe mayor congestión para llegar al lugar y su clima mantiene una media de 23 grados.

V.C.4.a. Mapa de localización

Figura 7 Localización



Fuente: Google Maps

V.C.4.b Mapa de microlocalización

Figura 8 Microlocalización



Fuente: Google Maps

V.C.5 Distribución de la planta

Para la distribución de la planta que en este caso es el CENTRO DE APAREAMIENTO DE MASCOTAS se debe considerar todos los elementos indispensables para desarrollar el proyecto como son los equipos, muebles, personal, insumos así como también identificar los espacios y recorridos para que los materiales, y las mascotas se encuentren seguros.

Oficinas administrativas

En este lugar se encontrara la recepción y la sala de espera.

Área de Veterinaria

En este lugar se encontrara el consultorio del veterinario con sus respectivos implementos para el chequeo y atención a las mascotas

Área de Apareamiento

En este lugar se encontrarán los caniles o especie de habitaciones donde las mascotas podrán cruzarse

Área de Esparcimiento

En este lugar se dispondrán de extensas áreas verdes para que las mascotas puedan correr y jugar

Área de estancia de las mascotas

En este lugar se colocaran kennels que son las jaulas donde se colocaran a las mascotas después del proceso de apareamiento ya cuando el dueño este viniendo a retirarlos

V.D. Estrategia de Marketing

V.D.1 Definición del Servicio

El hostel de paso para apareamiento de mascotas es un servicio mediante el cual se ofrece a los propietarios de mascotas buscar la pareja adecuada para su mascota y realizar todo el proceso de apareamiento en las instalaciones del mismo en una especie de habitaciones con un ambiente relajado con música clásica y con una decoración especial acorde a este momento, se tiene asistencia profesional para cualquier tipo de atención a las mascotas. También se ofrecerá la opción de testear a la hembra con un examen de sangre para verificar el mejor momento de quedar preñada y así evitar los intentos fallidos. Adicional se contara con amplias áreas verdes para el esparcimiento de las mascotas.

V.D.2 Estrategia de Precios

La base de todo precio de ventas es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.

Otra consideración que se debe tomar en cuenta es la demanda potencial del producto en este caso servicio y las condiciones económicas del país. Existen ciertas épocas de bonanza en los países que pueden ser aprovechados para elevar un poco los precios pero también se tienen otras épocas de crisis en los que interesa permanecer en el mercado a toda costa. Las condiciones económicas de un país influyen de manera definitiva en la fijación del precio de venta.

El hostel de paso para apareamiento de mascotas se enfrenta al reto de fijar precios por primera vez y al ser un servicio prácticamente nuevo en la ciudad de Quito, ya que de acuerdo a lo

investigado existe un servicio de motel para perros de las siguientes razas Pitbull, Rottweiler, Golden Retriever, Basset Hound y Pastor Alemán en la ciudad de Manta en la zona de Río de Oro el cual cobra a los dueños de las mascotas entre 100 y 150 dólares dependiendo de la raza

Al tratarse de un servicio nuevo no se tiene referencia de precios a cobrar a los dueños de las mascotas

La referencia de los precios que se tiene es la que cobran los diferentes centros que ofrecen hospedajes que van entre 10 a 15 dólares diarios. Para un proceso de apareamiento las mascotas deberían estar por lo menos entre tres a cuatro días en el centro

En países del extranjero como en Colombia y Brasil el precio que cobran a los dueños de mascotas por servicio de apareamiento es de USD 50 dólares.

Para empezar se comenzará con un precio de lanzamiento de USD 50, el cual se incrementará cada año con la tasa de inflación esperada para el país.

V.D.3 Publicidad y Promoción

El hostel de paso para apareamiento de mascotas para darse a conocer utilizará una estrategia comunicacional que se basa en darse a conocer como pionera en el servicio de búsqueda de pareja y posterior cruce de las mascotas.

En lo referente a canales de comunicación se utilizarán diferentes medios, crearemos una página WEB; abriremos una página en Facebook, elaboración de folletos con los servicios del centro de apareamiento de mascotas estos se colocarán en los pet shop, clínicas veterinarias, en los centros comerciales y finalmente anuncios en la revista El Portal de Mascotas para que los posibles clientes puedan conocer del servicio y utilizarlo para sus mascotas.

Figura 9 Detalle publicidad y promoción

| Detalle | Costo |
|---|--------------------|
| Creacion de pagina WEB | \$ 600,00 |
| Registro nombre del dominio | \$ 20,00 Anual |
| Hosting | \$ 150,00 Anual |
| Promocion pagina Facebook | \$ 3.600,00 Anual |
| Flyers tamaño media carta 1000 unidades | \$ 1.102,00 |
| TOTAL | \$ 5.472,00 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

En lo referente a promoción implementaremos la estrategia de descuento es decir cada cliente que traiga un nuevo referido podrá acceder a un porcentaje de descuento en su próximo cruce de su mascota

Figura 10 Plan de descuentos

PLAN DE DESCUENTOS

| <u>Si el cliente trae</u> | <u>Porcentaje descuento en proximo apareamiento</u> |
|---------------------------|---|
| Un referido | 10% |
| Dos referidos | 12% |
| Tres o mas referidos | 15% |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Adicional de los datos obtenidos de la encuesta se pudo obtener que un 60% de las tiendas encuestadas están dispuestas a realizar una alianza con el hostel de paso para apareamiento de mascotas por lo que a las mascotas de los clientes se les obsequiara juguetes y balanceado de acuerdo al siguiente plan:

Figura 11 Plan de promoción

PLAN DE PROMOCION

| | <u>Obsequio</u> |
|----------------------|--|
| Primer apareamiento | 1 juguete para la mascota y 1 kilo de balanceado |
| Segundo apareamiento | 2 kilos de balanceado |
| Tercer apareamiento | 4 kilos de balanceado |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.D.4 Plaza

El hostal de paso para apareamiento de mascotas se va a ubicar en Nayon un lugar que no se encuentra en medio de la ciudad que presenta un ambiente de campo para que las mascotas estén sin estrés y puedan con tranquilidad realizar su proceso de apareamiento. Así mismo no está tan alejado de la ciudad y esto facilita el transporte de las mascotas desde y hacia el hostal de paso.

V.D.5 Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter son un concepto de los negocios mediante las cuales se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia cualquiera sea el giro de nuestra empresa

A continuación se realizara un análisis de las 5 fuerzas de Porter para el hostal de paso para apareamiento de mascotas

Figura 12 Fuerzas de Porter



Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.D.5.a. Rivalidad y competencia del mercado

Para el hostel de paso de apareamiento de mascotas no se tiene una competencia directa puesto que en la ciudad de Quito no existe este tipo de servicio en la actualidad por lo que se trata de un buen momento para generar un posicionamiento de este nuevo negocio y logara la fidelización de los clientes.

V.D.5.b. Amenaza de nuevos competidores

La industria del mercado para servicios de mascotas está en pleno auge con tendencia a seguir creciendo por lo que probablemente en un par de años empiecen a existir otros negocios que puedan dar el servicio de apareamiento de mascotas

V.D.5.c. Amenaza de nuevos productos/servicios

Se puede considerar que para el caso del hostal de paso para apareamiento de mascotas un servicio sustituto puede ser los criaderos de perros aunque estos son solo únicamente para perros reproductores y de ciertas razas.

V.D.5.d. Poder de negociación de los proveedores

En el caso de los proveedores para el hostal de apareamiento serán los que den los suministros de limpieza, pueden ser también las tiendas de mascotas que nos pueden proveer los alimentos e implementos durante la estancia de la mascota en las instalaciones. En este caso el poder de negociación de los proveedores no tendría mucha afectación ya que existen varios de ellos que tienen una amplia oferta

V.D.5.e. Poder de negociación de los clientes

El servicio que ofrece el hostal de apareamiento de mascotas es nuevo e innovador así que el análisis de poder de negociación de los clientes debe permitir formular las estrategias adecuadas para reducir su poder de negociación y así captar un mayor número de clientes u obtener una mayor lealtad de estos

V.D.6. Cadena de valor

La cadena de valor es un modelo que permite describir las actividades de la empresa para generar valor final al cliente y a la misma empresa

Figura 13 Cadena de valor para el hostel de paso para apareamiento de mascotas

| | | | | | |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|
| Actividades de apoyo | <u>Infraestructura</u> | | | | |
| | Terreno ubicado en la areas previstas | | | | |
| | <u>Talento Humano</u> | | | | |
| | Personal profesional en cada una de las areas acorde al perfil del puesto | | | | |
| | <u>Aprovisionamiento</u> | | | | |
| | Abastecimiento de insumos para el hostel de paso para apareamiento de mascotas | | | | |
| Actividades principales | Innovación | | | Operaciones | |
| | <u>Necesidades del cliente</u> | <u>Diseño</u> | <u>Desarrollo</u> | <u>Ventas</u> | <u>Servicio</u> |
| | Nuevas tendencias Investigacion de mercado | Acorde a necesidades planteadas por el consumidor | Elaboracion guiada por la investigacion de mercados | Promover el servicio del hostal de paso | Busqueda de la pareja y posterior cruce de la mascota |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.D.6.a. Actividades principales

Las actividades primarias en la cadena de valor son las implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta.

La innovación es el resultado de que se pertenezca a una industria dinámica y en crecimiento, es la esencia de creación de producto o servicios que respondan a las necesidades de los consumidores por tanto los procesos necesarios para completar esta innovación son:

Satisfacer la necesidad de los clientes.- La investigación de mercado aporta una gran información acerca de lo que desean los clientes, identificar oportunidades de nuevos productos o servicios

Diseño.- Luego de identificadas las necesidades obtenidas por la investigación de mercados, posteriormente se unen cada una de las ideas para crear en solo producto o servicio las respuestas a las necesidades

Desarrollo.- En esta etapa ya tenemos el producto o servicio listo para ser utilizado por los consumidores

En lo que compete a operaciones tenemos la descripción del servicio:

Servicio.- Se describe cual es el servicio del hostel que en este caso es la búsqueda de la pareja adecuada y posterior cruce de la mascota. A continuación se detalla el proceso del servicio del hostel de apareamiento:

1. El dueño de la mascota se acerca a las instalaciones del centro de apareamiento
2. En la recepción registran sus datos y el de la mascota
3. La mascota es llevada al consultorio veterinario para un revisión general
4. Al dueño de las mascota se le otorga el catálogo de las posibles parejas para su mascota
5. Una vez elegida la o las posibles mascotas, se proceden a llamar a los dueños de las mismas para enviar a traerlas desde sus hogares.
6. Una vez que llega la posible pareja de la mascota se lleva a sus habitaciones para que se conozcan
7. Si son afines se empiezan a conocer para posteriormente seguir con el proceso de apareamiento y se quedaran alrededor de tres días en el centro.
8. En caso de que no tengan afinidad, se tiene que buscar otra pareja hasta encontrar la adecuada

9. Una vez que han terminado el proceso de apareamiento en el caso de que los dueños desean como recuerdo una boda simulada se les coloca a las mascotas los respectivos trajes y se les toma la foto para recuerdo
10. Luego se les envía al área de esparcimiento para que corran y jueguen
11. Finalmente se coloca a las mascotas en los kennels para esperar a sus dueños o para ir en el transporte que los devolverá a casa

V.D.6.b. Actividades de apoyo

Son procesos que no están relacionados directamente con la producción:

Infraestructura.- Como es un servicio para mascotas se pueden requerir ciertos requisitos para la aprobación de funcionamiento las cuales se detallan a continuación:

- Proyecto arquitectónico legalizado
- Obtención de la Patente Municipal
- Obtención del permiso Sanitario
- Obtención del permiso de bomberos
- Obtención de la licencia de impacto ambiental

En el área de apareamiento se encontraran los caniles o habitaciones en las cuales estarán las colchonetas, la decoración de la misma será romántica con velas, música clásica y una luz tenue.

Adicional se colocaran platos de comida y agua para la alimentación de las mascotas

Aprovisionamiento.- Es el abastecimiento de los insumos necesarios para el funcionamiento del hostel de paso para apareamiento de mascotas.

Para el hostel de paso de apareamiento de mascotas necesitaremos de accesorios para las mascotas nuestros proveedores serán los siguientes:

Tabla 42 Detalle proveedores

| PROVEEDOR | DIRECCION | PRODUCTO |
|--|--|---|
| SERVIMARKET BUSINESS CORPORATION | Fco.Andrade Marín E7-29 y Diego Almagro | Colchonetas, platos, bebedores, kennels |
| MASCOTAMODA | Guipuzcoa E13-133 y Lugo | Colchonetas, platos, bebedores, kennels |
| PETCOSOLUTIONS | 9 de Octubre N22-25 y Carrión | Estetoscopios, termómetro, basculas |
| THE PET FACTORY | Jazmines N56-127 | Ropa de mascota (frac, vestidos de novia, lazos) |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Se detalla los materiales que serán necesarios para el hostel de paso para apareamiento de mascotas:

Tabla 43 Detalle útiles y suministros

| Material | Mensual | Anual |
|---------------------------|----------------|---------------|
| Útiles de Aseo y Limpieza | 50 | 600,00 |
| Suministros de Oficina | 30 | 360,00 |
| TOTAL | | 960,00 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Tabla 44 Detalle materiales

| Material | Unidad de medida | Cantidad | Costo Anual | |
|-----------------------------------|------------------|----------|-------------|-----------------|
| | | | Unitario | Total |
| Colchoneta térmica lavable small | Unidad | 10 | 25,00 | 250,00 |
| Colchoneta térmica lavable medium | Unidad | 10 | 35,00 | 350,00 |
| Colchoneta térmica lavable large | Unidad | 10 | 40,00 | 400,00 |
| Velas | Unidad | 20 | 3,00 | 60,00 |
| Platos de comida | Unidad | 15 | 3,53 | 52,95 |
| Aceites esenciales varios olores | Caja x 6 | 5 | 5,10 | 25,50 |
| Vestido de novia talla small | Unidad | 5 | 14,20 | 71,00 |
| Frac de novia talla small | Unidad | 5 | 14,20 | 71,00 |
| Vestido de novia talla medium | Unidad | 5 | 18,60 | 93,00 |
| Frac de novia talla medium | Unidad | 5 | 18,60 | 93,00 |
| Vestido de novia talla large | Unidad | 5 | 22,30 | 111,50 |
| Frac de novia talla large | Unidad | 5 | 22,30 | 111,50 |
| Lazos para mascotas | Caja x 100 | 3 | 15,00 | 45,00 |
| Estetoscopios | Unidad | 2 | 20,00 | 40,00 |
| Termómetro | Unidad | 3 | 5,40 | 16,20 |
| Bascula | Unidad | 2 | 25,00 | 50,00 |
| Colección CD'S música clásica | Caja x 12 | 1 | 180,00 | 180,00 |
| TOTAL MATERIALES | | | | 2.020,65 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E. Aspectos Financieros

V.E.1 Presupuesto de Ventas

De acuerdo al cuadro adjunto se detallada la demanda potencial y el porcentaje que se desea captar de clientes durante los próximos 5 años y mediante el cual podremos estimar el presupuesto de ventas de este servicio.

Tabla 45 Porcentaje a captar de la demanda potencial

| Año | Demanda potencial | % a captar | Clientes |
|------------|--------------------------|-------------------|-----------------|
| 2016 | 38.558 | 5% | 1928 |
| 2017 | 38.866 | 10% | 3887 |
| 2018 | 39.177 | 8% | 3925 |
| 2019 | 39.491 | 5% | 3965 |
| 2020 | 39.806 | 5% | 4004 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

En el primer año de funcionamiento es decir en el año 2016 tendremos a 1.928 clientes que llevarían a sus mascotas al hostal de paso para apareamiento para mascotas. En los primeros 3 meses no se tendrán muchos clientes ya que recién el lugar se está empezando a dar conocer y conforme lo vayan utilizando los clientes lo recomendaran a sus amistades y familiares que posean mascota y deseen cruzarla

V.E.2 Ingresos Proyectados

Primer año de funcionamiento

Tabla 46 Ingresos proyectados primer año de funcionamiento

| Año 2016 | 1928 Clientes | | |
|-----------------|-----------------|---------------|---------------------------|
| | Cantidad | Precio | Ingreso Proyectado |
| 1er trimestre | 400 | 50 | 20.000 |
| 2do trimestre | 509 | 50 | 25.450 |
| 3er trimestre | 509 | 50 | 25.450 |
| 4to trimestre | 510 | 50 | 25.494 |
| TOTAL | | | 96.394 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

Siguientes 4 años

El precio se incrementa cada año en un porcentaje del 10%

Tabla 47 Ingresos proyectos siguientes cuatro años de funcionamiento

| Año | Cantidad | Precio | Ingreso Proyectado |
|------------|-----------------|---------------|---------------------------|
| 2017 | 3887 | 55 | 213.764 |
| 2018 | 3925 | 61 | 237.492 |
| 2019 | 3965 | 67 | 263.853 |
| 2020 | 4004 | 73 | 293.141 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3 Inversiones y Gastos

V.E.3.a. Inversiones en Equipamiento

Tabla 48 Detalle equipamiento

| Equipo | Cantidad | Costo Unitario (USD) | Costo total (USD) |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------|
| Mesa de exploración | 1 | 120,00 | 120,00 |
| Taburete | 1 | 60,00 | 60,00 |
| Equipos Presión Arterial | 1 | 65,00 | 65,00 |
| Equipos KAWE | 1 | 65,00 | 65,00 |
| Kennels pequeños | 5 | 90,00 | 450,00 |
| Kennels medianos | 5 | 120,00 | 600,00 |
| Estantería | 1 | 120,00 | 120,00 |
| Computadora | 2 | 600,00 | 1.200,00 |
| Impresora | 1 | 300,00 | 300,00 |
| Mueble para recepción | 1 | 900,00 | 900,00 |
| Silla giratoria | 1 | 70,00 | 70,00 |
| Sillones de espera tripersonal | 2 | 400,00 | 800,00 |
| Teléfono inalámbrico | 1 | 49,99 | 49,99 |
| Mesa de estar | 1 | 100,00 | 100,00 |

| | | | |
|---|---|--------|-----------------|
| Televisor Riviera 40 Led | 1 | 544,99 | 544,99 |
| Archivador aéreo | 1 | 140,00 | 140,00 |
| Radio con CD Player | 4 | 150,00 | 600,00 |
| TOTAL INVERSION EQUIPAMIENTO | | | 5.874,98 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.b. Balance Insumos Generales

Tabla 49 Detalle insumos generales

| Suministro | Costo Mensual | Costo Anual |
|---------------------|----------------------|--------------------|
| Agua Potable | 30,00 | 360,00 |
| Energía Eléctrica | 60,00 | 720,00 |
| Teléfono | 20,00 | 240,00 |
| Internet & TV Cable | 54,00 | 648,00 |
| TOTAL | 164,00 | 1.968,00 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.c. Inversiones en obras físicas

Tabla 50 Detalle inversiones en obras físicas

Área Terreno 600 m²

| | Mensual | Anual |
|------------------|----------|-----------|
| Alquiler Terreno | 2.000,00 | 24.000,00 |

| Ítem | Unidad de medida | Cantidad (dimensiones) | Costo Unitario (USD) | Costo total (USD) |
|---|------------------|------------------------|----------------------|-------------------|
| Oficinas administrativas | m ² | 40 | 100,00 | 4.000,00 |
| Área Consultorio Veterinario | m ² | 20 | 100,00 | 2.000,00 |
| Construcción 30 habitaciones | m ² | 300 | 100,00 | 30.000,00 |
| Inversión total en obras físicas | | | | 36.000,00 |

| | |
|-------------------|-------------------|
| Dimensiones Canil | 10 m ² |
|-------------------|-------------------|

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.d. Salarios

Tabla 51 Detalle salarios personal

| Cargos | Remuneración incluido beneficios adicionales | |
|-------------------------|--|------------------|
| | Mensual | Anual |
| Administrador | 993,37 | 11.920,40 |
| Asistente-Recepcionista | 631,92 | 7.583,00 |
| Contador | 631,92 | 7.583,00 |
| Veterinario | 872,88 | 10.474,60 |
| Personal de limpieza | 456,01 | 5.472,13 |
| TOTAL | 3.586,09 | 43.033,13 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.e. Inversiones en activos fijos

Tabla 52 Detalle inversiones en activos fijos

| | |
|----------------------------|------------------|
| Infraestructura | 36.000,00 |
| Equipos de Veterinaria | 130,00 |
| Equipos de Computación | 1.500,00 |
| Muebles y Enseres | 4.434,98 |
| Vehículos | 17.340,00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 59.404,98 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.f. Inversiones en activos intangibles

Tabla 53 Detalle inversiones en activos intangibles

| | |
|----------------------------------|-----------------|
| Gastos de Constitución | 1.500,00 |
| TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES | 1.500,00 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.g. Inversiones en Capital de trabajo

Tabla 54 Detalle inversiones en capital de trabajo

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| COSTOS DE OPERACIÓN | |
| Alquiler terreno | 24.000,00 |
| Materiales | 2.020,65 |
| Insumos Generales | 1.968,00 |
| Suministros de limpieza y aseo | 960,00 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | |
| Salarios | 43.033,13 |
| Suministros de oficina | 360,00 |
| GASTOS DE VENTAS | |
| Publicidad + Promoción | 8.017,00 |
| TOTAL COSTOS ANUALES | 80.358,78 |
| Método del periodo de desfase | 9.907,25 |
| Días de desfase | 45 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.h.Total de la inversión

Tabla 55 Detalle total inversiones

| DETALLE | VALOR |
|---------------------|------------------|
| Activos fijos | 59.404,98 |
| Activos intangibles | 1.500,00 |
| Capital de trabajo | 9.907,25 |
| TOTAL | 70.812,23 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.i. Cronograma de Inversiones

Tabla 56 Detalle cronograma inversiones

| Detalle | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Inversiones en activos fijos | 59.404,98 | | | | | |
| Inversiones en activos intangibles | 1.500,00 | | | | | |
| Inversiones en Capital de Trabajo | 9.907,25 | | | | | |
| TOTAL | 70.812,23 | | | | | |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.j. Valor de desecho

Tabla 57 Detalle valor de desecho

| DETALLE | VALOR | VIDA UTIL | DEP ANUAL | DEP ACUM | VALOR DESECHO |
|------------------------|--------------|------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| Infraestructura | 36.000,00 | 20 | 1.800,00 | 9.000,00 | 27.000,00 |
| Equipos de Veterinaria | 130,00 | 10 | 13,00 | 65,00 | 65,00 |
| Equipos de Computación | 1.500,00 | 3 | 500,00 | 1.500,00 | 0,00 |
| Muebles y Enseres | 4.434,98 | 10 | 443,50 | 2.217,49 | 2.217,49 |
| Vehículo | 15.340,00 | 4 | 3.835,00 | 15.340,00 | 0,00 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

V.E.3.k. Amortización Activos Diferidos

Tabla 58 Detalle amortización activos diferidos

| DETALLE | | |
|------------------------|-------------------|--------|
| Gastos de Constitución | % Amortización | |
| 1.500,00 | 20% | 300,00 |

Elaborado por: María del Carmen Montaño

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VIA. CONCLUSIONES

- En la ciudad de Quito no existe ningún lugar que preste los servicios de apareamiento para mascotas, los dueños de mascotas cuando desean cruzarlo preguntan a sus familiares o cuando salen a pasear a sus mascotas y ven uno de la misma raza preguntan para ver si es factible cruzarlos.
- El estudio de mercado realizado demuestra que es factible la implementación de un hostel de paso para apareamiento de mascotas y es importante aprovechar esta oportunidad dado que en la ciudad de Quito no existen lugares que presten este servicio, hoy en día las familias tienen mayor interés y destinan de sus ingresos un valor para el cuidado y bienestar de sus mascotas.
- A los dueños que poseen mascotas de raza les interesa tener un sitio exclusivo para aparear a sus mascotas.
- La ubicación del hostel de paso para apareamiento de mascotas estará ubicado en Nayon es un lugar estratégico que no se encuentra en medio de la ciudad pero que cuenta con facilidad de vías de acceso y es un lugar tranquilo para que las mascotas se puedan aparear en un ambiente sin stress.
- Existe un creciente mercado en el área de servicios para mascotas así se tienen las experiencias exitosas de Brasil y Colombia en los moteles para el apareamiento de las mascotas.

VI.B. RECOMENDACIONES

- En el futuro se podría incluir nuevos servicios ya que de acuerdo al estudio de mercado se observó que los dueños de las mascotas solicitaban servicios exequiales y de guardería.
- Es importante seguir incentivando una cultura de cuidado de nuestras mascotas ya que son parte de nuestra familia y su bienestar es nuestra responsabilidad.
- Es esencial el brindar una atención personalizada a fin de siempre cubrir sus necesidades y crear una estrecha relación de amistad y confianza tanto como las mascotas como el cliente, de esta manera lograr su fidelización.
- Al contar con un veterinario en el hostal de paso para apareamiento se podría ofrecer asesoría en alimentación y salud para perros de raza.
- Incluir venta de accesorios para las mascotas (juguetes, casas, alimento y ropa).
- Ofrecer servicio de entrenamiento para las mascotas para que puedan defender y ayudar en casos de emergencia a sus dueños.
- Diversificar para otra clase de mascotas la utilización del hostal de paso para apareamiento de las mismas.

BIBLIOGRAFIA

Alarcón, Isabel. El Pet Friendly incentiva la convivencia. 30 de abril del 2015 disponible en <http://www.elcomercio.com/tendencias/petfriendly-convivencia-mascotas-duenos-hospedaje.html>

Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México: McGraw-Hill, 2010.

Banco Mundial 01 de marzo del 2015 disponible en <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>

Boutique Hotel Café Cultura Pet Friendly 30 de abril del 2015 disponible en <http://www.cafecultura.com/en/home/cultura-desk.html>

Castellanos, Gabriela Estos son los lugares “pet friendly” de Quito 30 de abril del 2015 disponible en <http://www.elcomercio.com/narices-frias/lugares-petfriendly-quito-mapa-mascotas.html>

Dueños de mascotas dedican más de dos horas semanales a sus cuidados. 29 de enero del 2014 <http://www.elcomercio.com/tendencias/duenos-de-mascotas-dedican-mas.html>

Ecuador gasta \$ 40 millones para alimentar a sus mascotas. 21 de septiembre del 2015 <http://www.eluniverso.com/2011/11/03/1/1356/ecuador-gasta-40-millones-alimentar-sus-mascotas.html>

Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011. 07 de julio del 2015 disponible en

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012. 09 de marzo del 2015 disponible en

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/EIGHU-2011-2012/Metologia_ENIGHUR_2011-2012_rev.pdf

En Valledupar crean motel para perros. 05 de noviembre del 2015 disponible en <http://www.canalrcn.com/programas/muy-buenos-dias/videos/en-valledupar-crean-motel-para-perros-35441>

Evolución de crédito y tasa de interés. 01 de marzo del 2015 disponible en <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/288-evoluci%C3%B3n-de-cr%C3%A9dito-y-tasas-de-interes>

Flamante motel para perros. 05 de noviembre del 2015 disponible en http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101362597/-1/Flamante_motel_para_perros.html#.V50CS_krKt8

Indicadores y Estadísticas Administraciones Zonales y Parroquias. 07 de julio del 2015 disponible en <http://www.quito.gob.ec/index.php/quito-por-temas/territorio-habitat-y-vivienda>

Kienyke Motel para perros <http://www.kienyke.com/historias/motel-para-perros/> junio 05 del 2012

Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa. 27 de septiembre del 2015 disponible en <http://www.5fuerzasdeporter.com>

Ley Orgánica de Bienestar Animal. 10 de febrero del 2015 disponible en <http://loba.ec/sitio/>

Motel para perros: la nueva tendencia en el mundo. 05 de noviembre del 2015 disponible en <https://vidaperrunachile.wordpress.com/2012/11/26/motel-para-perros-la-nueva-tendencia-en-el-mundo/>

ORDM-0048 Tenencia, Protección y Control de Fauna Urbana. 20 de mayo del 2015 disponible en

http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES%202011/ORDM-0048%20%20%20%20TENENCIA,%20PROTECCI%C3%93N%20Y%20CONTROL%20DE%20FAUNA%20URBANA.pdf

¿Qué es la cadena de valor? 14 de octubre del 2015 disponible en

<http://www.gestiopolis.com/que-es-la-cadena-de-valor/>

Riesgo país 01 de marzo del 2015 disponible en:

https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Tasa de desempleo 01 de marzo del 2015 disponible en

https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo

ANEXOS

Anexo 1 Modelo habitacion del hostel de paso



Anexo 2 Vista habitacion hostel de paso



Anexo 3 Decoración en el mural de la habitación del hostel de paso



Anexo 4 Decoracion y detalles habitacion hostel de paso



Anexo 5 Mural habitacion hostel de paso



Anexo 6 Vista general mural y habitacion del hostel de paso



Anexo 7 Vista habitacion hostel de paso



Anexo 8 Colchonetas en donde se les tomara las foto para el recuerdo de boda de las mascotas



Colchonetas
Codigo: ELM
Tallas: S, M, L, XL, XXL, XXXL

Anexo 9 Trajes de Boda

Frac para novio



Vestido de novia



Anexo 10 Fotografía Pareja de novios



Anexo 11 ENCUESTA DUEÑOS DE MASCOTAS

1.- ¿Qué hace usted cuando desea aparear a su mascota?

2.- ¿Ha escuchado alguna vez sobre un centro de apareamiento de mascotas?

Si No

3. - ¿Si su respuesta es sí cuál?

4.- ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar un servicio como este?

Si No TERMINA ENCUESTA

5.- ¿Le gustaría que este servicio contara con un medio de transporte a domicilio?

Si No

6.- ¿Le gustaría un servicio adicional como el de una boda simulada, para recuerdo?

Si No

7.- ¿Que otro servicio le gustaría que le brinden?

8.- ¿Estaría Ud. dispuesto en caso de riesgo o problemas de embarazo en efectuar a su mascota un método artificial para lograr este objetivo?

Si No

Edad: _____

Sector de residencia: _____

Posee Automóvil: _____ Marca: _____ Año: _____

Actividad: _____

Anexo 12 ENCUESTA VETERINARIOS

1.- ¿Sus clientes le consultan sobre donde realizar el apareamiento de mascotas?

Si No

2.- ¿Para un mejor apareamiento de las mascotas qué recomienda?

La vivienda

Otra casa

Un centro especializado

3.- ¿Por qué?

4.- ¿Conoce usted de algún centro para apareamiento de mascotas?

Si No

5.- ¿Si su respuesta es sí cuál?

6.- ¿A qué edad empieza el primer celo en las perras?

7.- ¿A qué edad empieza el primer celo en caso las gatas?

8.- ¿Cada cuánto tiempo se presenta el celo en las perras?

9.- ¿Cada cuánto tiempo se presenta el celo en las gatas?

10.- ¿Cuántas veces debe aparearse una perra durante el periodo de celo?

11.- ¿Cuántas veces debe aparearse una gata durante el periodo de celo?

12.- ¿Alguno de sus clientes dueños de mascota le han solicitado un servicio de apareamiento?

Si

No

13.- ¿Por qué tipo de servicios lo visitan con más frecuencia?

Comentarios:

Nombre Clínica/Veterinario: _____

Dirección: _____

Anexo 13 **ENCUESTA TIENDA DE MASCOTAS**

1.- ¿Cuáles servicios le solicitan con más frecuencia?

2.- ¿Alguno de sus clientes dueños de mascotas le han solicitado un servicio de apareamiento?

Si No

3.- En caso de ser afirmativo su respuesta fue: Ofrezco el servicio

Si No

4.- ¿Conoce usted de algún centro para apareamiento de mascotas?

Si No

5. - ¿Si su respuesta es sí cuál?

6.- ¿Alguno de sus clientes le han consultado sobre la existencia de un lugar especializado en apareamiento de mascotas?

Si No

7.- ¿Estaría dispuesto a realizar algún tipo de alianza con un centro de apareamiento de mascotas?

Si No

Comentarios:

Nombre Tienda: _____

Dirección _____