



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Carrera de Administración de Empresas

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja, provincia de Loja”

Trabajo de Integración Curricular,
previo a la obtención del título de
Licenciada en Administración de
Empresas.

AUTORA:

Narcisa Irene Abad Girón

DIRECTORA:

Ing. Melva Jaramillo Hidalgo Mg.

Loja – Ecuador

2024

Certificación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

**Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF**

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **JARAMILLO HIDALGO MELVA DE JESUS**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL DE MASCOTAS PARA LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA**", perteneciente al estudiante **NARCISA IRENE ABAD GIRON**, con cédula de identidad N° **1103781900**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 8 de Agosto de 2024

MELVA DE
JESUS
JARAMILLO
HIDALGO

Firmado digitalmente
por MELVA DE JESUS
JARAMILLO HIDALGO
Fecha: 2024.08.08
19:57:35 -05'00'

F) _____

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

Autoría

Yo, **NARCISA IRENE ABAD GIRON**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cedula de identidad: 1103781900

Fecha: 9 de octubre de 2024.

Correo electrónico: narcisa.abad@unl.edu.ec

Teléfono: 0992071518

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **NARCISA IRENE ABAD GIRON**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja, provincia de Loja”**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de octubre de dos mil veinticuatro.



Firma:

Autora: Narcisa Irene Abad Girón.

Cédula de identidad: 1103781900.

Dirección: Loja, calles Membrillo y Eucaliptos.

Correo electrónico: narcisa.abad@unl.edu.ec

Teléfono: 0992071518.

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo Mg.

Dedicatoria

Dedico este proyecto de titulación a Dios, por ser mi principal guía, mi luz y mi fortaleza, en mi diario vivir.

A mi esposo Luis y a mi amada hija Megan, por su apoyo incondicional, por su paciencia, por creer en mí y brindarme la fuerza necesaria para superar todo obstáculo, y cumplir mi objetivo.

Finalmente, a mis compañeros Liz, Cesar y Marcos, por su constante apoyo y compañía en las frías madrugadas de estudio, con ellos desde el inicio de este sueño, logramos formar un excelente grupo de trabajo, que lo mantuvimos hasta finalmente lograr que se convirtiera en una realidad.

Narcisa Irene Abad Girón

Agradecimiento

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, de la Unidad de Estudios a Distancia, a mis profesores de la Carrera de Administración de Empresas, quienes, con su enseñanza, apoyo y paciencia, fueron muy valiosos en cada etapa de mi formación académica.

Un agradecimiento especial al Ing. Edwin Hernández Quezada Mg. y a mi directora del Trabajo de Integración Curricular Ing. Melva Jaramillo Hidalgo Mg., quienes con su apoyo, orientación y conocimientos me ayudaron a culminar exitosamente este proyecto.

Narcisa Irene Abad Girón

INDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xiii
Índice de anexos	xv
1 Título	1
2 Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3 Introducción	4
4 Marco Teórico	6
4.1 Marco Referencial	6
4.1.1 Antecedentes.....	6
4.2 Marco conceptual	10

4.2.1	Proyecto de factibilidad	10
4.2.2	Estudio de mercado	10
4.2.3	Estudio técnico	11
4.2.4	Estudio administrativo.....	14
4.2.5	Estudio Económico.....	16
4.2.6	Evaluación financiera.	19
5	Metodología	24
5.1	Localización y área de estudio.....	24
5.2	Métodos de investigación	24
5.3	Técnicas de investigación:.....	26
5.4	Población y muestra.....	28
6	Resultados.....	31
7	Discusión	39
7.1	Estudio de mercado	39
7.2	Estudio técnico	45
7.3	Estudio administrativo.....	56
7.4	Estudio Económico.....	68
7.5	Evaluación Financiera	88
8	Conclusiones	93

9	Recomendaciones	94
10	Bibliografía	95
11	Anexos	99

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Competencias</i>	30
Tabla 2. <i>Demanda potencial</i>	40
Tabla 3. <i>Demanda real</i>	40
Tabla 4. <i>Demanda efectiva</i>	41
Tabla 5. <i>Oferta por servicio</i>	42
Tabla 6. <i>Proyección de la oferta anual</i>	42
Tabla 7. <i>Demanda insatisfecha</i>	43
Tabla 8. <i>Capacidad instalada</i>	46
Tabla 9. <i>Propósito a cubrir el servicio de hospedaje por el hotel</i>	46
Tabla 10. <i>Capacidad utilizada</i>	46
Tabla 11. <i>Capacidad utilizada anual</i>	47
Tabla 12. <i>Infraestructura</i>	52
Tabla 13. <i>Propietario administrador</i>	62
Tabla 14. <i>Cuidador de mascotas</i>	63
Tabla 15. <i>Servicios generales</i>	64
Tabla 16. <i>Guardia</i>	65
Tabla 17. <i>Veterinario</i>	66
Tabla 18. <i>Contador</i>	67

Tabla 19. <i>Equipo de cómputo</i>	68
Tabla 20. <i>Equipo de oficina</i>	68
Tabla 21. <i>Muebles y enseres</i>	69
Tabla 22. <i>Vehículo</i>	69
Tabla 23. <i>Equipo de seguridad</i>	70
Tabla 24. <i>Depreciaciones</i>	70
Tabla 25. <i>Resumen de activos fijos</i>	70
Tabla 26. <i>Activos diferidos</i>	71
Tabla 27. <i>Materia prima directa</i>	71
Tabla 28. <i>Materia prima indirecta</i>	72
Tabla 29. <i>Mano de obra directa</i>	72
Tabla 30. <i>Mantenimiento del vehículo</i>	73
Tabla 31. <i>Revisiones del vehículo</i>	73
Tabla 32. <i>Sueldos administrativos</i>	73
Tabla 33. <i>Servicios básicos</i>	74
Tabla 34. <i>Materiales de oficina</i>	74
Tabla 35. <i>Útiles de aseo</i>	75
Tabla 36. <i>Arriendo</i>	75
Tabla 37. <i>Publicidad</i>	75

Tabla 38. <i>Resumen del activo circulante</i>	76
Tabla 39. <i>Inversiones totales</i>	77
Tabla 40. <i>Financiamiento</i>	77
Tabla 41. <i>Datos para el préstamo</i>	78
Tabla 42. <i>Amortización</i>	78
Tabla 43. <i>Costo total de producción</i>	80
Tabla 44. <i>Costo unitario</i>	81
Tabla 45. <i>Precio de venta</i>	81
Tabla 46. <i>Ingresos totales</i>	82
Tabla 47. <i>Clasificación de costos</i>	83
Tabla 48. <i>Pérdidas y ganancias</i>	84
Tabla 49. <i>Flujo de caja</i>	88
Tabla 50. <i>Valor Actual Neto</i>	90
Tabla 51. <i>Tasa Interna de Retorno</i>	91
Tabla 52. <i>Relación beneficio costo</i>	92
Tabla 53. <i>Periodo de recuperación del capital</i>	93
Tabla 54. <i>Análisis de sensibilidad en los costos</i>	91
Tabla 55. <i>Análisis de sensibilidad en los ingresos</i>	92

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Localización del hotel para mascotas</i>	24
Figura 2. <i>Mascotas por familia</i>	31
Figura 3. <i>Cuidado de su mascota</i>	31
Figura 4. <i>Problema al dejar a su mascota sola durante el día</i>	32
Figura 5. <i>Conoce usted qué es un hotel para mascotas</i>	32
Figura 6. <i>Conocen y utilizan un hotel para mascota</i>	33
Figura 7. <i>Promedio mensual del servicio de un Hotel para mascotas</i>	33
Figura 8. <i>Es necesario la creación de un hotel para mascotas en la ciudad de Loja.</i>	34
Figura 9. <i>Factibilidad de implementación de un Hotel para mascotas</i>	34
Figura 10. <i>Medios de comunicación para promocionar el hotel para mascotas</i>	35
Figura 11. <i>Precio a pagar por el servicio de hospedaje para las mascotas</i>	35
Figura 12. <i>Servicios adicionales que ofrecería el hotel para mascotas</i>	36
Figura 13. <i>Servicio de hotel para mascotas</i>	36
Figura 14. <i>Cantidad de mascotas que hacen uso del servicio de hotel mensualmente</i>	37
Figura 15. <i>Precio por la estadía de la mascota</i>	37
Figura 16. <i>Logotipo del hotel para mascotas</i>	44
Figura 17. <i>Canal de distribución del servicio del hotel</i>	45
Figura 18. <i>Macro localización</i>	48

Figura 19. <i>Micro localización</i>	49
Figura 20. <i>Maquinaria y equipos</i>	50
Figura 21. <i>Mobiliario</i>	52
Figura 22. <i>Distribución física del hotel para mascotas</i>	53
Figura 23. <i>Simbología del flujograma del proceso.</i>	54
Figura 24. <i>Flujograma del proceso del servicio del hotel.</i>	55
Figura 25. <i>Organigrama Estructural</i>	59
Figura 26. <i>Organigrama funcional</i>	60
Figura 27. <i>Organigrama posicional</i>	61

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para la encuesta (demanda).....	99
Anexo 2. Cuestionario para la encuesta (oferta).....	102
Anexo 3. Certificación de traducción del resumen	103

1 TÍTULO

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un hotel para mascotas para el cantón Loja, provincia de Loja”

2 RESUMEN

El presente proyecto de factibilidad se centra en la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja, provincia de Loja, con el objetivo de satisfacer la creciente demanda de servicios de hospedaje y cuidado especializado para animales de compañía. Se establecieron tres objetivos específicos: realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda, elaborar un estudio técnico y administrativo para definir la capacidad instalada y la estructura organizacional, y llevar a cabo un estudio económico y evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto. La metodología incluyó encuestas a dueños de mascotas, análisis de la competencia y evaluación de costos y beneficios. Los resultados revelaron que existe un interés significativo en la comunidad por contar con un hotel para mascotas, con un 94.8% de los encuestados manifestando su disposición a utilizar estos servicios. El estudio técnico determinó que se requiere una infraestructura adecuada que incluya áreas de alojamiento, atención veterinaria y recreación, mientras que el análisis financiero mostró que el proyecto es rentable, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) que supera el costo de capital. En conclusión, la implementación de un hotel para mascotas en Loja es viable y puede generar beneficios económicos y sociales, contribuyendo al bienestar de las mascotas y a la satisfacción de sus dueños. Se recomienda desarrollar un plan de marketing efectivo y establecer protocolos de atención al cliente para asegurar el éxito del proyecto.

Palabras clave: Hotel para mascotas, cuidado animal, servicios de hospedaje, viabilidad del proyecto, bienestar de mascotas.

2.1 Abstract

This feasibility project focuses on the implementation of a pet hotel in the canton of Loja, province of Loja, with the aim of meeting the growing demand for lodging and specialized care services for pets. Three specific objectives were established: to carry out a market study to identify supply and demand, to prepare a technical and administrative study to define the installed capacity and the organizational structure, and to carry out an economic study and financial evaluation to determine the viability of the project. The methodology included pet owner surveys, competitor analysis, and cost-benefit assessment. The results revealed that there is significant interest in the community to have a pet hotel, with 94.8% of respondents expressing their willingness to use these services. The technical study determined that an adequate infrastructure is required including accommodation, veterinary care and recreation areas, while the financial analysis showed that the project is profitable, with a positive Net Present Value (NPV) and an Internal Rate of Return (IRR) that exceeds the cost of capital. In conclusion, the implementation of a pet hotel in Loja is viable and can generate economic and social benefits, contributing to the well-being of pets and the satisfaction of their owners. It is recommended to develop an effective marketing plan and establish customer service protocols to ensure the success of the project.

Keywords: Pet hotel, animal care, lodging services, project viability, pet welfare.

3 INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el cuidado de las mascotas ha evolucionado significativamente, convirtiéndose en una prioridad para muchos propietarios que consideran a sus animales de compañía como miembros de la familia. Este cambio en la percepción ha llevado a un aumento en la demanda de servicios especializados que garanticen el bienestar y la atención adecuada de las mascotas. Según un estudio realizado por Barrios y Miranda (2017), la necesidad de contar con servicios de hospedaje y cuidado para animales de compañía ha crecido, especialmente en áreas urbanas donde los dueños de mascotas enfrentan desafíos al momento de viajar o ausentarse de sus hogares. En este contexto, la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja, provincia de Loja, se presenta como una solución viable para satisfacer esta creciente demanda.

A pesar de la creciente preocupación por el bienestar animal, se ha identificado un vacío en la oferta de servicios de hospedaje para mascotas en la región de Loja. La falta de establecimientos que brinden un servicio de calidad y que se adapten a las necesidades de los dueños de mascotas ha generado una oportunidad de negocio que no ha sido explorada adecuadamente. Según Sapag (2011), un proyecto de factibilidad es un estudio detallado que evalúa la viabilidad de llevar a cabo una idea o propuesta de inversión. En este sentido, la pregunta de investigación que guía este estudio es: ¿Es viable la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja, considerando la demanda existente y la capacidad de inversión?

La justificación para llevar a cabo este estudio radica en la necesidad de proporcionar un servicio que no solo beneficie a los dueños de mascotas, sino que también contribuya al desarrollo económico de la región. La creación de un hotel para mascotas no solo generaría empleo, sino que también fomentaría el turismo local, al atraer a visitantes que buscan servicios de calidad para sus animales. Además, la implementación de este proyecto podría establecer un estándar en la atención y cuidado de mascotas en la región, promoviendo prácticas responsables y éticas en el manejo de animales.

El objetivo general de este proyecto es elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja, provincia de Loja. Para alcanzar este objetivo, se han establecido los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda, así como establecer las características del mercado para la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja.
- Elaborar un estudio técnico y administrativo que defina la capacidad instalada y utilizada, la ingeniería, el tamaño y la localización, así como la estructura organizacional necesaria para la implementación del hotel.
- Desarrollar un estudio económico y evaluación financiera que determine la inversión requerida, las fuentes de financiamiento y los respectivos indicadores de viabilidad, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación de Capital (PRC), el Relación Beneficio-Costo (RBC) y un análisis de sensibilidad, que permitan conocer la rentabilidad del proyecto.

La hipótesis que se plantea en este estudio es que la implementación de un hotel para mascotas en el cantón Loja es viable y rentable, dado el aumento en la demanda de servicios de cuidado de mascotas y la falta de oferta adecuada en la región.

El análisis de la viabilidad del proyecto se fundamenta en la identificación de tendencias en el comportamiento del consumidor. Según Hotelería (2023), el sector de la hospitalidad ha experimentado un crecimiento en la demanda de servicios que atienden a las necesidades de los animales de compañía, lo que sugiere que un hotel para mascotas podría ser una adición valiosa al mercado local. Además, la investigación de Barrios y Miranda (2017) destaca la importancia de realizar un análisis exhaustivo de la demanda y la oferta en el mercado de servicios para mascotas, lo que refuerza la necesidad de un estudio de factibilidad en este contexto.

La implementación de un hotel para mascotas no solo beneficiaría a los dueños de animales, sino que también podría tener un impacto positivo en la comunidad local. La creación de empleo en el sector de servicios, así como la promoción de un turismo responsable y ético, son aspectos que deben ser considerados en el análisis de viabilidad del proyecto.

4 MARCO TEÓRICO

4.1 Marco Referencial

4.1.1 Antecedentes

Los hoteles para mascotas se remontan a la larga historia de la tenencia de mascotas por parte de los seres humanos. Pues los primeros negocios dedicados exclusivamente a las mascotas surgieron hace varias décadas. Estos lugares, denominados "pet friendly", empezaron ofreciendo servicios básicos de alojamiento y cuidado para animales de compañía. Con el tiempo, estos negocios evolucionaron hasta convertirse en hoteles para mascotas, los cuales brindan una variedad más amplia de servicios especializados enfocados en el bienestar y entretenimiento de las mascotas (Guerra, 2017).

Estos establecimientos especializados en alojamiento para mascotas ofrecen soluciones prácticas y actuales para los dueños que, por diversas circunstancias, no pueden llevar a sus mascotas cuando se ausentan de casa. Esto responde a la inquietud de dejar a las mascotas al cuidado de personas sin la experiencia o los espacios adecuados. Estos hoteles brindan alojamiento y atención integral, como alimentación, baño, paseos y atención veterinaria. Esta nueva tendencia ha ido ganando popularidad en múltiples países y ha sido muy bien recibida por el público.

En la actualidad, la tendencia de considerar a las mascotas como parte integral de la familia ha crecido significativamente. Cada vez más personas buscan opciones de cuidado y alojamiento de calidad para sus mascotas cuando no pueden estar con ellas (Barrios & Miranda, 2017). Pues esto ha impulsado el surgimiento de establecimientos especializados en el hospedaje de mascotas, conocidos como hoteles para mascotas.

En Ecuador, esta tendencia es evidente, pues existe una mayor conciencia sobre el bienestar animal y un aumento en la demanda de servicios de calidad para el cuidado de mascotas. En particular, en la ciudad de Loja, se ha observado un creciente interés en la implementación de este tipo de hospedaje, debido a la falta de opciones especializadas para el alojamiento temporal de animales en la zona. Esta necesidad ha sido identificada a partir de observaciones locales y la experiencia de profesionales del cuidado animal, así como del aumento en la población de mascotas en la ciudad y sus alrededores. Asimismo, en la ciudad

de Loja, según información proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), se contabilizan aproximadamente 40 establecimientos comerciales enfocados en la venta de productos para mascotas. Esto permite inferir que las familias de la localidad probablemente poseen mascotas en sus hogares, lo que sugiere que la implementación de un hotel para mascotas podría ser un servicio beneficioso para la ciudad de Loja, al ofrecer opciones de hospedaje para dichos animales.

Jaimes y Barreto (2018) realizaron un análisis de viabilidad para el establecimiento de un hotel especializado en caninos en la ciudad de Cúcuta, que se encuentra en el departamento de Norte de Santander. El propósito de este estudio de investigación fue evaluar la viabilidad de crear una instalación dedicada exclusivamente al hospedaje y cuidado de perros en dicha región. En el marco de esta investigación, se llevó a cabo una evaluación de la segmentación del mercado, la demanda, los precios y la oferta del servicio de hospedaje canino que se proyecta ofrecer en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. Asimismo, se llevó a cabo un estudio técnico que delineó la ingeniería del proyecto, el cual fue complementado por un análisis organizacional y legal que estableció las condiciones necesarias para la implementación del hotel canino. Posteriormente, mediante un análisis económico y financiero, se determinó la viabilidad para la implementación del proyecto. En conclusión, se determinó que el proyecto no sería viable desde el punto de vista económico, por lo que se decidió no llevar a cabo su implementación.

Barrios y Miranda (2017) realizaron un estudio de viabilidad con el objetivo de establecer un hotel de carácter exclusivo para mascotas (perros y gatos) en la ciudad de Cartagena. Este estudio aborda la imperante necesidad de la población de Cartagena de disponer de un espacio que proporcione servicios de cuidado y atención para sus animales de compañía. Con el objetivo de evaluar la viabilidad de este proyecto, se lleva a cabo un análisis técnico, administrativo, legal y financiero, que determina que el proyecto es completamente factible.

Hotel

De acuerdo con Hotelería (2023), un hotel se define como una edificación concebida y construida con la finalidad de proporcionar alojamiento temporal a huéspedes y otros

viajeros. Los servicios ofrecidos comprenden una cama, un armario, mobiliario, y, en múltiples ocasiones, un baño privado, televisor y refrigerador. Además, según la clasificación del establecimiento, puede ofrecer servicios complementarios tales como bares, restaurantes, piscinas, servicios de cuidado infantil y espacios destinados a la celebración de eventos como bodas, conferencias y otros.

Las opciones de alojamiento se categorizan en función del grado de confort y la calidad de los servicios proporcionados a sus usuarios. A pesar de que existen diversas metodologías para la categorización de establecimientos hoteleros, las más comunes son las clasificaciones basadas en estrellas y en diamantes. En el sistema de clasificación por estrellas, son los propios establecimientos hoteleros quienes establecen el número de estrellas que les corresponden y se responsabilizan de adherirse a los estándares asociados a dicha clasificación. En consecuencia, el sistema de clasificación de estrellas carece de una estandarización oficial y no existe una normativa general que lo regule. No obstante, el método más reconocido para esta clasificación se basa en una escala que va de 1 estrella a 5 estrellas. (Hotelería, 2023).

Mascota

Una mascota se define como un animal domesticado que cohabita con seres humanos en el mismo espacio residencial, aunque comúnmente no se emplea para fines laborales ni como fuente de alimentación. En la mayoría de las situaciones, los animales de compañía brindan tanto entretenimiento como compañía a los integrantes del núcleo familiar. Entre las especies de animales de compañía más prevalentes se encuentran los perros, gatos, peces, roedores, hurones, aves, ciertos reptiles, anfibios e invertebrados. (Secretaría de Cultura, 2024).

Hotel para mascotas

De acuerdo con Barrios y Miranda (2017), los hoteles para mascotas están equipados con infraestructuras que garantizan un entorno seguro y confortable para los animales, especialmente en situaciones en las que sus propietarios se encuentran ausentes por razones laborales, vacacionales o de salud. Esto otorga tranquilidad a los propietarios, sabiendo que sus animales serán cuidados por personal capacitado, disfrutando de una estadía casi como unas vacaciones.

Servicios de un hotel para mascotas

Según el estudio realizado por Barrios y Miranda (2017), los servicios tradicionales que proporciona un hotel para mascotas incluyen:

Alojamiento: incluye no únicamente el alojamiento y la alimentación, sino también una gama de servicios adicionales que enriquecen la experiencia del animal. Desde cuidados especiales hasta actividades de entretenimiento, se busca brindar una estadía completa y satisfactoria para nuestros huéspedes. se refiere a la estancia, alimentación y uso de las instalaciones por el animal, sin embargo, es común ofrecer otro tipo de servicios que complementen la estancia.

Guardería: este servicio ha sido desarrollado con el propósito de ofrecer a las mascotas, cuyos propietarios frecuentemente se encuentran ausentes, la atención esencial que requieren, lo cual previene que se vean obligadas a permanecer solas en sus residencias.

Peluquería y Spa: Este servicio tiene como objetivo proporcionar una variedad de atenciones y servicios diferenciados para las mascotas, que incluyen cuidados estéticos y de peluquería, además de actividades orientadas a la relajación.

Adiestramiento – Etología: el objetivo de este servicio es proporcionar orientación a los usuarios desde el momento en que deciden adquirir una mascota, con el fin de asistirles en la selección del compañero más adecuado para sus necesidades. Además, se busca ofrecer la formación necesaria para el cuidado y manejo de cada uno de los animales de compañía.

Transporte: el propósito de este servicio es asegurar la protección y el bienestar de los animales de compañía durante su transporte desde el hogar hasta el establecimiento hotelero. De esta manera, se evitan problemas y traumas para las mascotas, lo que brinda tranquilidad a sus dueños.

Recreación y paseos: este servicio pretende promover el bienestar físico y la salud de las mascotas mediante la implementación de actividades cuidadosamente diseñadas para satisfacer sus necesidades específicas.

Atención veterinaria: el objetivo de este servicio es ofrecer atención veterinaria médica oportuna y especializada a las mascotas, garantizando así la provisión de cuidados y tratamientos médicos fundamentales para salvaguardar la vida de nuestros compañeros animales.

4.2 Marco conceptual

4.2.1 Proyecto de factibilidad

Según Sapag (2011), un proyecto de factibilidad se refiere a un estudio detallado que tiene como objetivo evaluar la viabilidad de llevar a cabo una idea o propuesta de inversión.

Un proyecto de factibilidad es un estudio que se realiza para evaluar la viabilidad de un proyecto. El objetivo de este estudio es determinar si el proyecto es viable técnica, económica, legal y financieramente.

Componentes

- Estudio de Mercado.
- Estudio Técnico.
- Estudio Administrativo.
- Estudio Económico.
- Estudio Financiero.

4.2.2 Estudio de mercado

De acuerdo con Baca (2013), analizar el mercado es el primer paso crucial en cualquier estudio formal. Se centra en determinar y cuantificar la demanda y la oferta, indagar sobre los precios y examinar las estrategias de comercialización. El propósito principal de esta investigación es confirmar la viabilidad real de introducir un producto nuevo en un mercado específico.

Entender el mercado es fundamental, ya que proporciona una visión clara de la demanda, la oferta, los precios y las estrategias de comercialización necesarias para tomar decisiones informadas y planificar de forma estratégica.

Análisis de la demanda

Para Baca (2013), el objetivo del análisis de la demanda es entender y cuantificar las fuerzas que influyen en la necesidad del mercado por un bien o servicio, y establecer la capacidad del producto del proyecto para satisfacer esa necesidad.

Clasificación de la demanda

Demanda potencial. – se alude a la cantidad de bienes y servicios disponibles para el consumo en el mercado.

Demanda real. - está constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen en el mercado.

Demanda efectiva. – se refiere a la cantidad de productos y servicios que demanda el mercado, pero que enfrentan restricciones que dificultan su adquisición por parte de los consumidores, aun cuando estos manifiestan interés en obtenerlos.

Demanda insatisfecha. – se refiere a que la oferta actual de bienes y servicios no logra satisfacer de manera efectiva las demandas del mercado en términos de calidad, cantidad o precios.

Análisis de la oferta

Para Baca (2013), el estudio de la oferta busca entender la capacidad y disposición de una economía para abastecer el mercado con un producto o servicio. Este análisis intenta medir las cantidades disponibles y las condiciones que regulan su suministro.

4.2.3 Estudio técnico

Según Baca (2013), el estudio técnico de un proyecto involucra definir las dimensiones ideales de la instalación, elegir la ubicación más adecuada, desarrollar la ingeniería del emprendimiento y examinar temas organizativos, administrativos y jurídicos.

El estudio técnico es un proceso detallado que estudia minuciosamente todos los aspectos operativos y de gestión de un proyecto. Su finalidad es garantizar que todas las

decisiones técnicas adoptadas sean realizables y efectivas, proporcionando un fundamento firme para la ejecución exitosa del proyecto.

Capacidad instalada

Según Sapag (2011), la capacidad instalada hace referencia a la cantidad máxima de bienes y servicios que una empresa puede generar en un periodo determinado. Esto quiere decir que representa el límite máximo de su producción o prestación de servicios durante ese periodo.

Capacidad utilizada

La capacidad utilizada es aquella que hace referencia al nivel actual de uso de la capacidad de producción total con la que cuenta una empresa o instalación en un momento específico. Normalmente se expresa como un porcentaje, el cual se obtiene al dividir la producción real entre la capacidad máxima instalada (Sapag, 2011).

Localización

De acuerdo con Mondragon (2017), la ubicación es fundamental para el éxito de un proyecto, ya que afecta de manera crucial los aspectos económicos y sociales. La selección del sitio no admite modificaciones y una vez hecha, es una decisión irreversible que debe ser la correcta desde el inicio. No hay margen para errores, por lo que este proceso es crucial para el desarrollo del proyecto.

Macro localización

Según Mondragon (2017), la macro localización es un estudio que define dónde se desarrollará el proyecto, ya sea a nivel nacional, regional, local o de barrio. Este análisis ayuda a determinar el mejor lugar geográfico para la ubicación del proyecto.

Micro localización

La micro localización en un proyecto es fundamental, esto permite identificar el lugar más apropiado para llevar a cabo el proyecto de manera detallada y rigurosa. Es importante

contar con información veraz y definitiva para poder planificar actividades como la preparación del terreno, la distribución física y las construcciones (Mondragon, 2017).

Tamaño óptimo del proyecto

Según Baca (2013), el tamaño óptimo del proyecto logra su mejor rendimiento cuando su capacidad de producción anual le permite operar con los menores costos totales o generar la máxima rentabilidad económica.

Distribución de la planta

Para Baca (2013), una distribución adecuada de la planta es fundamental para lograr un entorno laboral seguro y productivo. De esta forma, se garantiza el cumplimiento de los estándares requeridos, se aumenta la rentabilidad de las operaciones y se promueve el bienestar integral del personal.

Ingeniería del proyecto

En lo que respecta a la ingeniería del proyecto, es factible contemplar diversos métodos de producción, ya sea que se caractericen por un alto nivel de automatización o que sean de naturaleza manual. La elección de uno de ellos dependerá en gran medida de la disponibilidad de capital. Además, en esta etapa se incluyen otros estudios como el análisis y selección de los equipos necesarios según la tecnología elegida. También se aborda la distribución física de estos equipos en la planta y se propone una distribución general que calcula todas las áreas que conformarán la empresa (Baca, 2013).

Proceso de producción

El proceso de elaboración abarca una secuencia de pasos técnicos empleados en un proyecto con la finalidad de producir productos y servicios a partir de materiales. Esta fase implica la conversión de materias primas en artículos finalizados mediante una función de producción específica (Mondragon, 2017).

Flujograma de procesos

Se trata de un gráfico que representa las acciones realizadas. Este flujograma de procesos es la forma más común de representar visualmente los procesos (Mondragon, 2017). Aquí se detalla cada etapa y actividad involucrada en la elaboración de un producto, desde la llegada de los insumos hasta la entrega del producto o servicio final.

4.2.4 Estudio administrativo

Para Morales y Arturo (2009), en esta actividad se establece cómo funcionará la organización a nivel administrativo. Además, se define la estructura organizacional en términos de puestos, jerarquías, responsabilidades y funciones. También se aborda la constitución legal de la organización, es decir, los requisitos legales que debe cumplir para operar dentro del marco jurídico establecido.

Aspecto legal

El reconocimiento oficial por parte del gobierno es necesario para establecer el estatus de un proyecto. Esto implica que los responsables del proyecto deben seguir procedimientos legales para su establecimiento (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012).

Aquí se define la forma legal bajo la cual operará la empresa, es decir, se establece el marco jurídico y las obligaciones legales de la empresa

Estructura organizacional

Para Mondragon (2017), estructura organizacional es “la manera en que se organiza la distribución del trabajo, las interrelaciones entre las distintas áreas funcionales y el equipo del proyecto, así como las tendencias de evolución que puedan emerger” (p. 63).

Niveles jerárquicos de autoridad

Ejecutivo: Gerente – Administrador; encargado de dirigir la empresa.

Asesor: Asesor jurídico; encargado de las situaciones de carácter legal.

Nivel de apoyo: Secretaria y Servicios generales; encargados de la parte administrativa.

Organigramas

El organigrama es una herramienta esencial en cualquier empresa, ya que proporciona una visión clara de la estructura organizativa. Se trata de un sistema de organización representado de manera intuitiva y objetiva (Mondragon, 2017).

En este documento se establecen los niveles de jerarquía requeridos por el negocio, así como la asignación de roles y responsabilidades al personal.

Tipos de organigramas

Organigrama Estructural: el esquema básico de una organización muestra de forma objetiva las partes que la componen, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia entre ellas. Esto permite comprender la organización de la empresa en su totalidad (Brume, 2019).

Organigrama Funcional: estos organigramas contienen las principales responsabilidades asignadas a cada función, así como las unidades y sus relaciones. Son muy útiles para la capacitación del personal y para presentar una visión general de la organización (Brume, 2019).

Organigrama Posicional: este documento se utiliza para mostrar cómo se distribuye el personal en las distintas unidades administrativas. En él se detalla el número de puestos, la denominación y clasificación de cada uno, y es posible incluir información sobre la remuneración e incluso el nombre del empleado (Brume, 2019).

Manuales de funciones

Un manual de funciones tiene como objetivo establecer las responsabilidades principales que deben ser cumplidas en cada puesto de trabajo, de acuerdo con la estructura organizacional de una empresa.

Descripción de funciones

"La caracterización de funciones revela los niveles de organización en una empresa, dado que la extensión de la autoridad y la responsabilidad asignadas en cada línea influye en la estructura jerárquica" (Córdova, 2011).

4.2.5 Estudio Económico

Según Morales y Arturo (2009), con esta herramienta se evalúan las necesidades económicas y los recursos necesarios para que el proyecto de inversión funcione de manera óptima. Estos recursos se reflejan en los activos que se registran en los libros contables. Para llevar a cabo la inversión, se asignan valores de mercado a cada uno de los activos que se utilizarán para producir el producto o servicio, así como los costos de financiamiento, los gastos operativos del proyecto y la rentabilidad de la inversión.

Activos fijos

Los activos fijos son los bienes que le pertenecen a una empresa cuyo propósito principal es su uso y no su venta, por ejemplo, tenemos los terrenos, construcciones, maquinaria, vehículos, etc. (Mondragon, 2017).

Depreciaciones

Para Miranda (2005), la depreciación es la porción del capital fijo que se desgasta durante el proceso de producción y que debe reponerse para mantener la capacidad productiva constante. Desde una perspectiva contable, es un registro anual que refleja la disminución del valor de los activos fijos, exceptuando los terrenos, debido a su uso, sin que esto implique una salida de efectivo de la empresa.

Activos diferidos

Se refieren a los recursos que tiene una empresa y que son esenciales para su funcionamiento, estos tienen un valor económico, pero no se pueden tocar, por ejemplo, estudios preliminares, permisos de funcionamiento, marcas, patentes, etc (Córdova, 2011).

Amortización

La amortización implica la cancelación de una deuda junto con sus intereses a través de pagos regulares. Las instituciones financieras suelen emplear dos métodos de amortización: el método francés, que implica cuotas fijas o constantes, y el método alemán, que implica cuotas variables decrecientes (Espejo & López, 2018).

Capital de trabajo o activo circulante

Para Mondragon (2017), activo circulante “son los bienes y recursos de los cuales se dispone inmediatamente, hacen referencia al giro” (p. 73).

Costos directos

Corresponden a los costos que están estrechamente ligados a la fabricación del producto en sí. Asimismo, afectan de manera directa al precio final, debido a que están directamente vinculados con el proceso de producción (Edenred, 2023).

Costos indirectos

Se refiere a aquellos elementos que no tienen una conexión directa con el proceso de producción de bienes o servicios; por consiguiente, no se incluyen explícitamente en el presupuesto de producción (SendPulse, 2024).

Costos operativos

Los costos operativos “son aquellos en los que se incurre por realizar la principal actividad productiva de la empresa y que permiten mantenerlo en funcionamiento” (DocuSign, 2022).

Remuneración

Para Espejo y López (2018), el pago completo y puntual es una obligación primordial del empleador hacia el trabajador y, a su vez, un derecho fundamental del trabajador. Se debe

recibir una remuneración igual por un trabajo igual, sin discriminación de ningún tipo. La especialización y experiencia en la realización del trabajo se tomarán en cuenta para determinar la remuneración.

Inversión

La inversión se refiere al proceso de llevar a cabo un proyecto una vez elegido el modelo a seguir, concretando todas las inversiones necesarias antes de su inicio, por ejemplo, adquisición del terreno, construcción de la planta de producción, compra e instalación de maquinaria, equipos y herramientas etc (Córdova, 2011).

Financiamiento

El financiamiento es el proceso mediante el cual se otorgan recursos financieros como dinero y créditos a una empresa o persona para llevar a cabo un proyecto (BBVA, 2024).

Ingresos

Se refiere a los aumentos en los beneficios económicos durante el periodo contable, que pueden ser ingresos o incrementos en el valor de los activos, así como disminuciones en los pasivos. Estos aumentos en el patrimonio no están relacionados con las aportaciones de los propietarios al mismo (Espejo & López, 2018).

Clasificación de costos

Costos Fijos

Los costos fijos son los valores monetarios o pagos constantes que una empresa debe realizar o pagar de forma periódica para seguir operando, independientemente del volumen de producción del negocio (Araya, 2024).

Costos Variables

Los costos variables son aquellos valores monetarios o pagos que sí dependen directamente del nivel de productividad de la empresa (Araya, 2024).

Estado de pérdidas y ganancias

Los estados financieros son un reflejo organizado de la situación financiera y el desempeño económico de una entidad. Su propósito es ofrecer datos sobre la situación económica, el desempeño financiero y los movimientos de dinero de una organización, con el fin de que los usuarios puedan tomar decisiones (Espejo & López, 2018).

El objetivo de examinar el estado de resultados de pérdidas y ganancias es identificar la ganancia neta y los flujos de efectivo netos del proyecto, lo que refleja el verdadero beneficio de la operación de la planta. Estos se obtienen al restar los costos e impuestos de los ingresos generados en la empresa (Baca, 2013).

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se define como el nivel de ventas en el cual los ingresos totales igualan a los gastos totales. En este punto, la empresa no obtiene beneficios ni registra pérdidas, ya que los ingresos generados cubren exactamente los costos totales incurridos (García, 2008).

4.2.6 Evaluación financiera.

En esta fase, se expondrán los criterios de evaluación financiera fundamentados en la temporalización de las inversiones, los costos y los ingresos asociados a una propuesta de inversión. Esto permitirá generar indicadores sólidos y confiables que servirán como base para la toma de decisiones (Miranda, 2005).

Flujo de caja

El flujo de caja se refiere al conjunto de transacciones monetarias que se presentan como entradas y salidas en distintos intervalos temporales durante la duración del proyecto. Este flujo constituye un indicador cuantitativo esencial para la formulación y evaluación del proyecto, ya

que facilita el análisis de la disponibilidad de recursos financieros y la viabilidad económica del mismo (Miranda, 2005).

Indicador VAN, TIR, RBC, PRC y la Sensibilidad

Estos indicadores son cruciales para la toma de decisiones de inversión, ya que ofrecen datos sobre la rentabilidad, eficiencia y riesgos relacionados con un proyecto. En términos generales, se aspira a que el Valor Actual Neto (VAN) sea positivo, que la Tasa Interna de Retorno (TIR) supere la tasa de descuento exigida y que los periodos de recuperación sean breves. La sensibilidad permite analizar la solidez del proyecto frente a diversos escenarios.

Valor Actual Neto (VAN)

El valor neto actual (VAN) es el método de evaluación de proyectos más reconocido, eficaz y ampliamente aceptado. Este enfoque calcula el beneficio restante después de alcanzar la rentabilidad esperada y recuperar la inversión total realizada (Sapag, 2011).

Formula:

$$\text{VAN} = \sum \text{flujosneto sactualizados} - \text{inversión}$$

Ft = Flujo de efectivo neto en el periodo t.

r = Tasa de descuento.

t = Periodo de tiempo

I = inversión inicial.

Interpretación:

- Si el VAN es positivo quiere decir que el proyecto generará más ingresos, es decir, cuanto mayor sea el VAN positivo, mayor será la rentabilidad.
- Si el VAN es cero, significa que no se está generando ni pérdidas ni ganancias adicionales.

- Si el VAN es negativo, quiere decir que el proyecto podría no ser rentable, ya que los ingresos generados no son suficientes para cubrir los costos y la tasa de descuento requerida.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La viabilidad económica de un proyecto puede evaluarse mediante el uso de la tasa interna de retorno. Este tipo de tasa representa el porcentaje de descuento que equilibra el valor actual neto del proyecto, resultando en un valor igual a cero. En otras palabras, la TIR refleja la rentabilidad del proyecto como un porcentaje (Sapag, 2011).

Formula:

$$\mathbf{TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM} \right)}$$

Ft = Flujo de efectivo neto en el periodo t.

TIR = Tasa Interna de Retorno.

t = Periodo de tiempo

I = inversión inicial.

Interpretación:

- Si la Tasa Interna de Retorno (TIR) excede la tasa de descuento requerida, el proyecto es considerado aceptable y factible para su implementación. A medida que la Tasa Interna de Retorno (TIR) aumenta, también se incrementa la rentabilidad del proyecto.
- Si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es menor que la tasa de descuento, el proyecto no será aceptable.
- Si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es igual a la tasa de descuento, será indiferente.

Relación beneficio costo (R.B.C)

La relación beneficio costo permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con los costos actuales, incluyendo la inversión inicial. Este método llega a la misma conclusión que el Valor Actual Neto (VAN): si el VAN es 0, la relación beneficio-costo es 1; si el VAN es positivo, la relación es mayor a 1; y si el VAN es negativo, la relación es menor a 1 (Sapag, 2011).

Formula:

F_t = Flujo de efectivo neto en el periodo t.

I = inversión inicial

Interpretación:

- Si la RBC es mayor que 1, quiere decir que los beneficios esperados son superiores a los costos, por lo tanto, se considera favorable.
- Si la RBC es igual a 1, los beneficios son iguales a los costos.
- Si la RBC es menor que 1, quiere decir que los beneficios no justifican los costos, por lo tanto, no se considera favorable.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

El periodo de recuperación de la inversión consiste en determinar cuánto dura el periodo necesario para recuperar la inversión inicial, incluido el costo de capital involucrado (Sapag, 2011).

El periodo de Recuperación de Capital, determina el tiempo necesario para recuperar la inversión a través de los flujos de efectivo generados por el proyecto.

Formula:

$$PRI = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

t = Último período completo en el que los ingresos acumulativos (R) son inferiores a la inversión acumulativa (C_t)

R = Ingresos acumulativos hasta el momento.

C_t = Costo acumulativos hasta el momento.

F_t = Flujo de efectivo neto en el período t .

Interpretación:

- El PRC representa la cantidad de tiempo necesaria para recuperar completamente la inversión inicial del proyecto.
- Cuanto menor sea el PRC, más rápido se recupera la inversión.

Sensibilidad

Después de determinar la viabilidad financiera del proyecto tanto para la empresa como para el empresario, es recomendable llevar a cabo un análisis de sensibilidad. Esto implica identificar las variables del proyecto que tienen mayor influencia, tanto en el período previo a la operación como durante la operación, y aplicar cambios porcentuales para determinar su impacto en los resultados. Esto se logra recalculando los flujos de efectivo netos y aplicando uno de los criterios de evaluación como VAN, TIR o RBC (Mondragon, 2017).

5 METODOLOGIA

En el presente estudio, se emplearon diversos enfoques metodológicos, tales como el método inductivo, deductivo y analítico, así como también la técnica de observación directa y encuestas. Esto permitió analizar datos económicos y recopilar información sobre las percepciones y experiencias de la población objetivo.

5.1 Localización y área de estudio.

La investigación sobre el hotel para mascotas se llevó a cabo en el cantón de Loja, específicamente en el sector sur, dentro de la parroquia de San Sebastián, en el barrio Yaguarcuna, en las calles Naranjos y Eucaliptos.

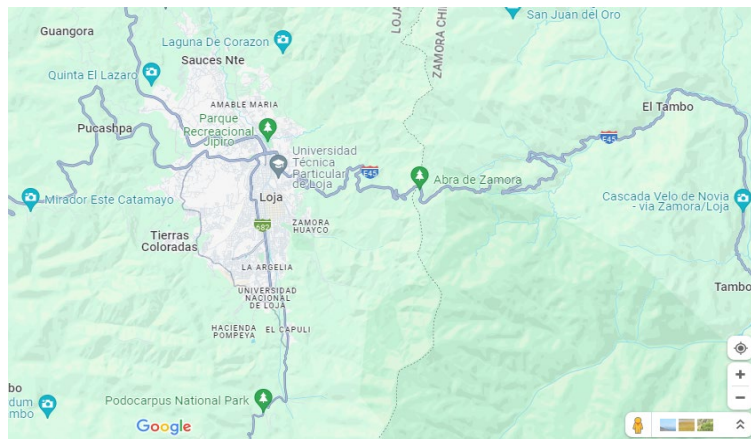


Figura 1. Localización del hotel para mascotas

Se eligió este lugar debido a la demanda sólida y creciente de servicios para mascotas en la ciudad de Loja.

5.2 Métodos de investigación

Los métodos de investigación se definen como las estrategias, procedimientos o técnicas empleadas para la recolección de datos o evidencia, con el objetivo de analizarlos y producir nueva información o enriquecer la comprensión de un tema particular (García, 2008).

La investigación destinada a la conceptualización del hotel se llevó a cabo mediante la aplicación de métodos de investigación inductivos, deductivos y analíticos. Este enfoque

integrado y riguroso permitió una comprensión exhaustiva del tema, abarcando procesos que van desde la observación y el reconocimiento de patrones hasta la formulación de teorías y la validación de los resultados obtenidos.

Método inductivo

El método inductivo constituye un enfoque de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para establecer conclusiones generales a partir de casos específicos. Con base en dichos patrones o tendencias, se desarrolla una conclusión general o una teoría que se considera pertinente para todos los casos similares (Narvaez, 2023). Parte de observaciones específicas para llegar a conclusiones generales.

Para la realización de la investigación, se optó por el método inductivo, el cual implica el desplazamiento de lo particular a lo general. Este enfoque resultó fundamental para la creación de instrumentos de investigación, tales como encuestas, que facilitaron la recolección de datos relevantes sobre las necesidades de la comunidad de Loja en relación con la problemática abordada. Mediante la aplicación del método inductivo, fue posible identificar patrones y tendencias en la información recolectada, lo que permitió obtener una comprensión más amplia y fundamentada sobre las necesidades y deficiencias en el cuidado de mascotas en la ciudad de Loja. Este proceso promovió una comprensión más exhaustiva de la situación local y facilitó la formulación de soluciones efectivas y adaptadas a las necesidades particulares del mercado en Loja.

Método deductivo

El método deductivo se utiliza frecuentemente en investigaciones científicas y de mercado, dado que facilita la verificación de la validez de una hipótesis en múltiples contextos. Este método científico postula que la conclusión se deriva de las premisas presentadas (Narvaez, 2022). Se inicia con la formulación de principios generales y posteriormente se aplican dichos principios a contextos específicos con el fin de obtener conclusiones precisas.

El método deductivo fue fundamental para delimitar el problema, abordando los conceptos desde una perspectiva general hacia aspectos más específicos. “El análisis

exhaustivo del proyecto de hotel para mascotas en la ciudad de Loja nos permitió identificar áreas específicas que requieren atención y posibles soluciones.” Adoptando una perspectiva integral, empleamos el método deductivo para llevar a cabo un análisis exhaustivo del contexto del proyecto, con el fin de producir respuestas específicas y prácticas que se alineen con las necesidades y requerimientos previamente identificados.

Método analítico

El método analítico constituye un procedimiento que fragmenta un conjunto en sus componentes fundamentales. Descomponer un problema en componentes más pequeños para facilitar su análisis. Es particularmente útil cuando se pretende realizar un análisis exhaustivo de un componente particular del proyecto (Ortega C. , 2021).

En el transcurso de la investigación, el enfoque analítico resultó fundamental, dado que posibilitó un examen minucioso de los distintos procesos implicados. Este enfoque permitió la recolección y el análisis de evidencia complementaria, lo que mejoró la validez de los resultados obtenidos. Asimismo, la aplicación del método analítico permitió una evaluación exhaustiva de la viabilidad del hotel para mascotas en la ciudad de Loja, garantizando que su implementación se alineara de manera adecuada con las condiciones y requerimientos particulares del mercado local. La presente evaluación incluyó un análisis de elementos fundamentales, tales como la demanda del servicio, la infraestructura requerida y la adecuación de las operaciones propuestas a las expectativas y preferencias de los propietarios de mascotas.

5.3 Técnicas de investigación:

En el presente estudio se emplearon técnicas de observación directa y encuestas. Estas técnicas ofrecieron un fundamento robusto para la formulación de decisiones informadas en cada fase del proyecto.

Observación directa

En la observación directa, el investigador se encuentra físicamente presente en el contexto y el instante en los que se manifiesta el fenómeno o la situación que se pretende

analizar. Esta herramienta es de relevancia, dado que facilita la recopilación de datos objetivos y precisos acerca de los fenómenos o situaciones analizadas (Ortega C. , 2023).

Se llevó a cabo una observación directa en espacios donde los propietarios habitualmente dejan a sus mascotas, así como en veterinarias, con el fin de adquirir una comprensión más profunda sobre el comportamiento de las mascotas y sus dueños. Esta técnica facilitó la recolección de datos en relación con la experiencia del usuario y las necesidades asociadas a las mascotas, abarcando aspectos como la atención recibida, la frecuencia de las visitas y los servicios solicitados. Asimismo, se llevó a cabo un análisis de la infraestructura y el entorno de dichos lugares, lo que proporcionó una referencia significativa para el diseño del hotel para mascotas en la ciudad de Loja.

Encuesta

Una encuesta constituye un instrumento de investigación destinado a recolectar información, datos y percepciones a través de un conjunto estructurado de preguntas específicas. La mayoría de los estudios de encuestas se llevan a cabo con la finalidad de realizar inferencias sobre una población, un grupo de referencia o una muestra representativa (Gómez, 2023).

Se llevaron a cabo encuestas estructuradas entre una muestra representativa de propietarios de mascotas en la ciudad de Loja. Estas encuestas han recopilado información tanto cuantitativa como cualitativa referente a las familias de la ciudad que poseen mascotas, ofreciendo datos significativos sobre la demanda potencial, real y efectiva de servicios de hospedaje para animales de compañía. Mediante la realización de estas encuestas, se logró identificar la cantidad de familias que poseen mascotas, su disposición a emplear servicios de hospedaje para tales animales, así como sus hábitos y requerimientos específicos. La demanda potencial se evidenció en el interés manifestado por los encuestados hacia futuros servicios de alojamiento, mientras que la demanda real se fundamentó en la frecuencia actual de utilización de servicios análogos. Por otro lado, la demanda efectiva puso de manifiesto una considerable disposición por parte de los propietarios de mascotas para utilizar los servicios de un nuevo hotel en la ciudad de Loja, lo que proporciona una perspectiva holística sobre el mercado y las oportunidades de expansión para este tipo de establecimiento.

Asimismo, se realizaron encuestas a los 40 establecimientos que ofrecen servicios y productos para mascotas en la ciudad de Loja, lo que permitió obtener una visión exhaustiva del contexto competitivo. Estas encuestas compilaron datos referentes a la cantidad de establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje, el número de huéspedes que reciben y las tarifas que se aplican. Esta información resulta crucial para el entendimiento de la oferta vigente en el mercado, así como para la identificación de oportunidades de diferenciación y mejora en la propuesta de un proyecto hotelero destinado a mascotas.

Mediante la utilización de técnicas de investigación, tales como la observación directa y la aplicación de encuestas, se logró obtener una comprensión integral del mercado. Esto facilitó la identificación de las necesidades que los usuarios han manifestado de manera clara, así como las oportunidades que permitirían al servicio de alojamiento para mascotas diferenciarse en un contexto competitivo. Esta información fue crucial para desarrollar una propuesta que satisfaga las demandas del mercado y establezca un alto estándar en relación con la calidad, seguridad y atención personalizada de los animales de compañía en la ciudad de Loja.

5.4 Población y muestra

Población

La población objeto de estudio se define como un conjunto íntegro de elementos que comparten un mismo parámetro. Esta población no se restringe exclusivamente a los seres humanos, sino que puede abarcar cualquier colección de datos que posea una característica común. Por ejemplo, se puede considerar el total de tiendas de mascotas en una ciudad como parte de esta población (Velázquez, 2019).

Proyección de la población

La zona de influencia abarcó a los hogares de la ciudad de Loja. Para llevar a cabo el cálculo de la población proyectada, se tomó como referencia el censo efectuado en 2022, el cual informó sobre un total de 61,226 familias, conforme a la información suministrada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Asimismo, se incorporó la tasa de crecimiento asociada, la cual se determina en un 1.38%.

Proyección

Pf = Población proyectada

Po = Población actual del último censo

r = Tasa de crecimiento poblacional

n = Exponente a proyectar

tcp = 1,38% = 0,0138

$$PF\ 2024 = Po(1 + r)^2$$

$$PF\ 2024 = 61.226(1 + 0,0138)^2$$

$$PF\ 2024 = 61.226(1,0138)^2$$

$$PF\ 2024 = 61.226(1,0278)$$

$$PF2024 = 62.924$$

De acuerdo con el censo de 2022 en el cantón de Loja, la cifra de población por familia se estableció en 61,226. Tras la realización de nuestras proyecciones, se ha estimado que la población actualizada para el año 2024 será de 62,924 familias.

Muestra

Una muestra es una porción reducida de la población total, es decir, un subgrupo de individuos que forman parte de la población y son seleccionados para participar en una encuesta (Velázquez, 2019).

A partir de la población proyectada obtenida para el 2024 procedemos a determinar el tamaño de la muestra en la cual aplicamos la siguiente fórmula:

Muestreo para los demandantes

Simbología

n= Tamaño de la muestra

e= Error experimental (5%)

N= Población total

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

$$n = \frac{62.924}{1 + 62.924(5\%^2)}$$

$$n = \frac{62.924}{1 + 157,31}$$

$$n = \frac{62.924}{158,31}$$

$$n = 397$$

Muestreo para los oferentes

En la ciudad de Loja, existen alrededor de 40 veterinarias que pueden ofrecer el servicio de hospedaje, alimentación y cuidado de mascotas. Para lo cual se va a realizar un censo a estos negocios.

En la tabla 1 se detalla la cantidad de veterinarias que existen en la ciudad de Loja, y que ofertan servicios y productos para mascotas.

Tabla 1. Competencias

NEGOCIO	CANTIDAD
VETERINARIAS	40
TOTAL	40

Nota: la tabla representa los negocios que ofrecen servicios y productos para mascotas, obtenidos del SRI.

6 RESULTADOS

Tabulación de los datos demandantes

1. ¿Tiene usted mascota?

En la Figura 2 se describe si las familias de la ciudad de Loja tienen una mascota.

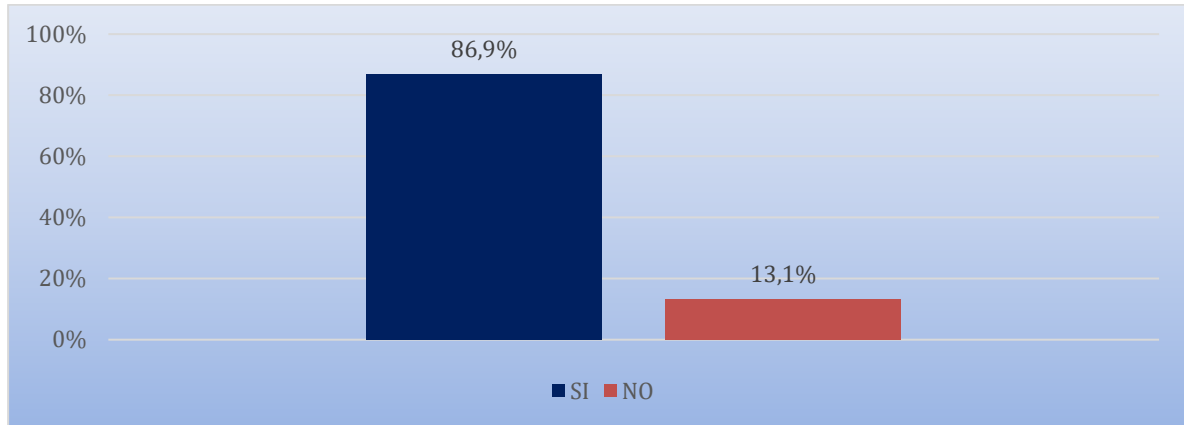


Figura 2. Mascotas por familia

Análisis: la Figura 2, nos indica una alta proporción de familias con mascotas, que necesitan el cuidado, servicio de hospedaje y alimentación, relacionadas con animales. Esta describe la demanda potencial, para nuestro proyecto.

2. Si sale de vacaciones ¿Qué hace con su mascota?

En la figura 3, se identifica con quién deja el cuidado de su mascota cuando no está en casa.

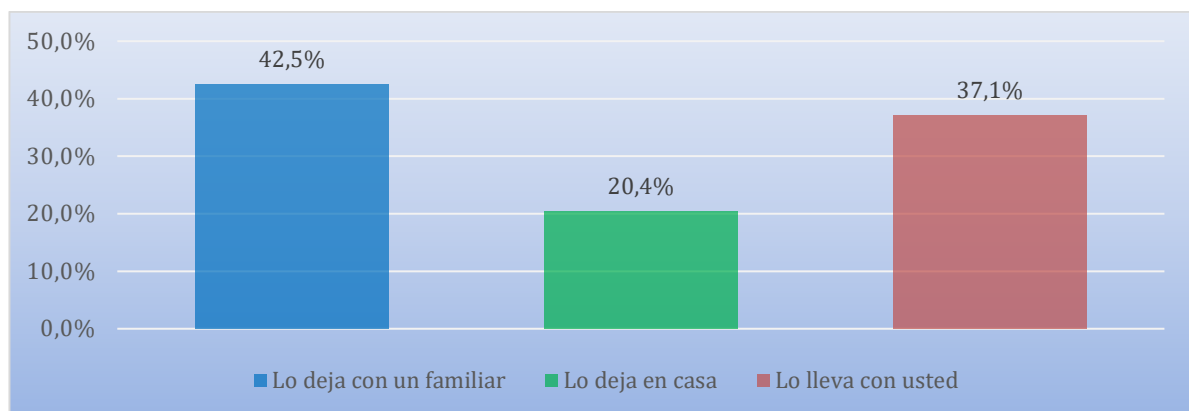


Figura 3. Cuidado de su mascota

Análisis: la figura 3, revela diversas preferencias en cuanto al cuidado de las mascotas cuando no está en casa; la mayoría de veces lo deja con un familiar, otras lo llevan con usted o lo deja en casa.

3. ¿Cuál es el mayor problema al dejar su mascota sola durante el día?

En la figura 4, se identifica los problemas que resultan al dejar sola a su mascota en casa.

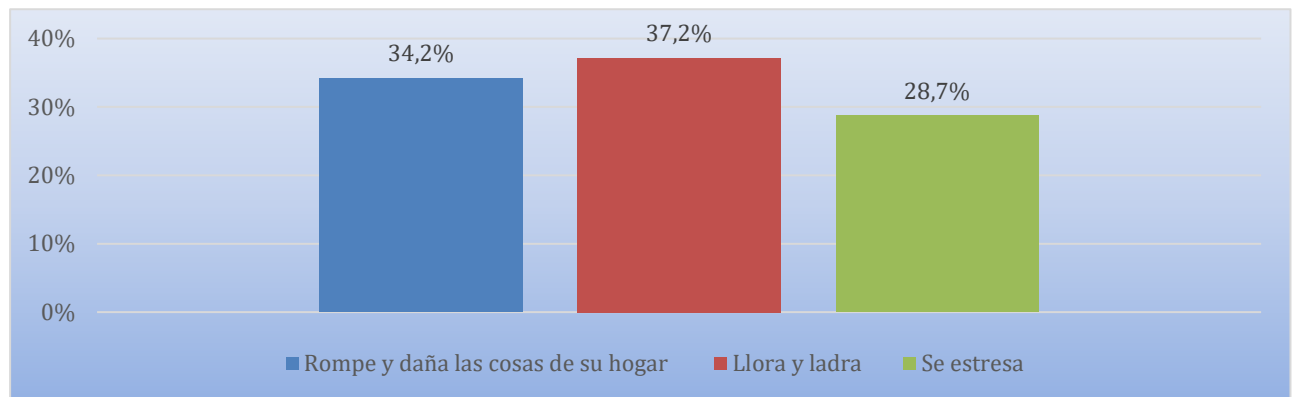


Figura 4. Problema al dejar a su mascota sola durante el día

Análisis: la figura 4, muestra los problemas que se presentan al dejar sola a las mascotas en casa, en su gran mayoría lloran y ladran, seguido por romper y dañar las cosas del hogar y estresarse ocasionando que se enfermare.

4. ¿Conoce usted qué es un Hotel para mascotas?

En la figura 5, se puede identificar si los dueños de las mascotas conocen qué son los hoteles para mascotas.

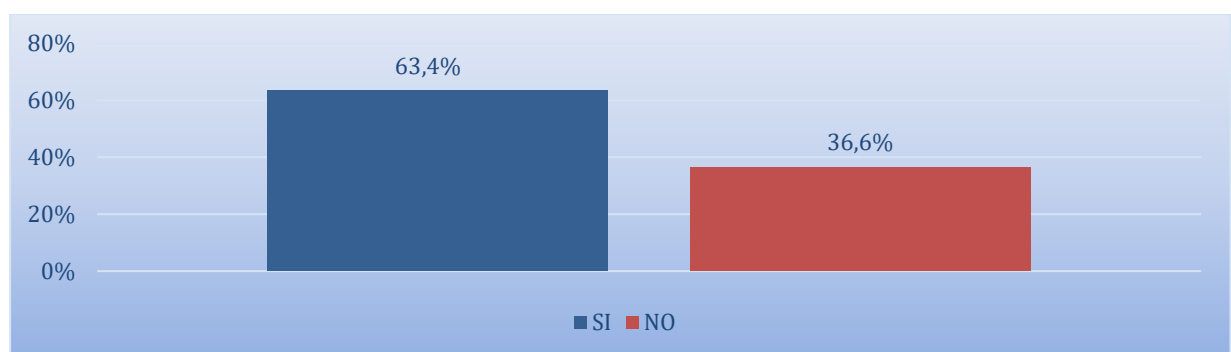


Figura 5. Conoce usted qué es un hotel para mascotas

Análisis: en la figura 5, la mayoría de los encuestados conoce qué es un hotel para mascotas, por lo que hay una oportunidad para aumentar la conciencia sobre estos servicios entre aquellos que aún no están familiarizados y de los dueños de mascotas.

5. ¿Usted utiliza un Hotel para su mascota?

La figura 6, determina a los dueños de las mascotas que conocen y utilizan los hoteles para mascotas.

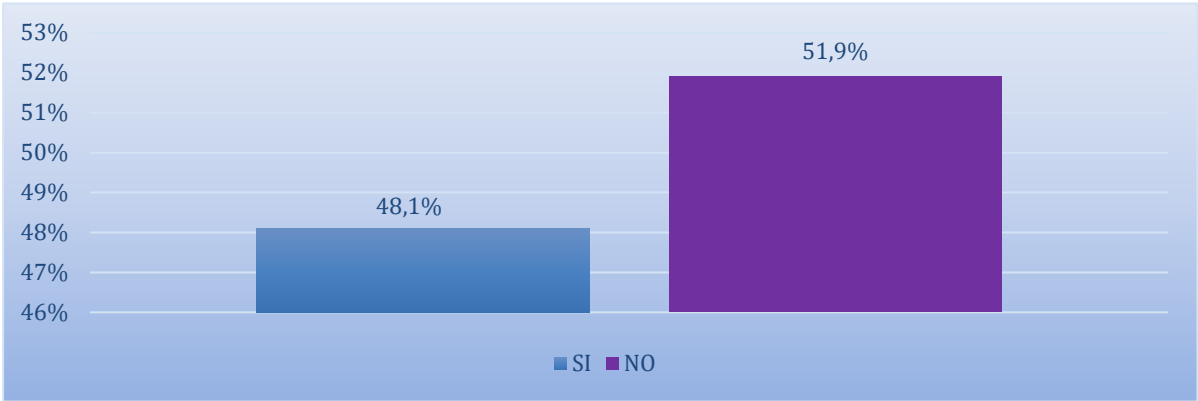


Figura 6. Conocen y utilizan un hotel para mascota

Análisis: la figura 6, nos indica que hay una participación significativa de los dueños de las mascotas en el uso de hoteles para mascotas, lo que nos determina una demanda real.

6. ¿Usualmente cuantas veces usted necesitaría mensualmente el servicio de un hotel para su mascota?

Figura 7, nos permite conocer cuántas veces los dueños de mascotas utilizan el servicio de un hotel de mascotas.

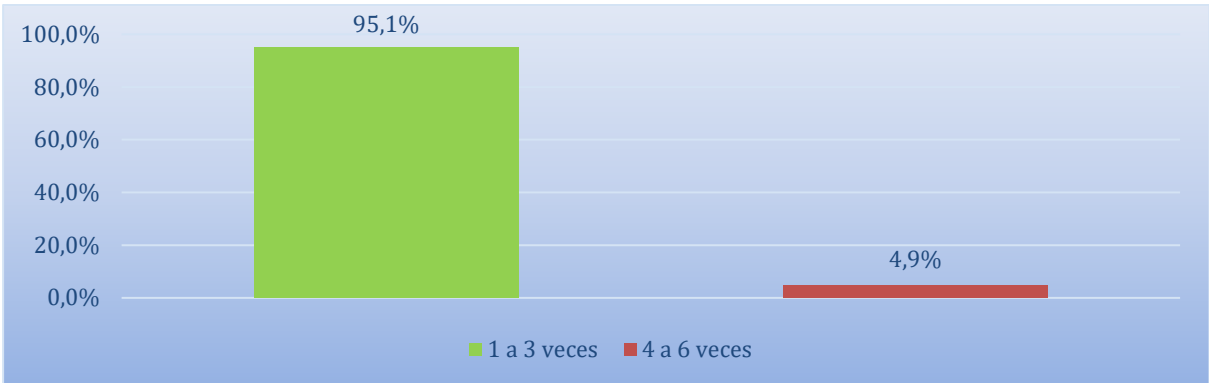


Figura 7. Promedio mensual del servicio de un Hotel para mascotas

Análisis: la figura 7, indica una fuerte disposición por parte de los dueños de mascotas para usar los servicios de hotel, con un promedio mensual de uso, siendo un potencial mercado interesado en servicios de cuidado de mascotas.

7. ¿Qué tan necesario considera la creación de un hotel para mascotas en la ciudad de Loja?

La Figura 8, identifica si los dueños de las mascotas consideran necesario la creación de un nuevo hotel para mascotas.

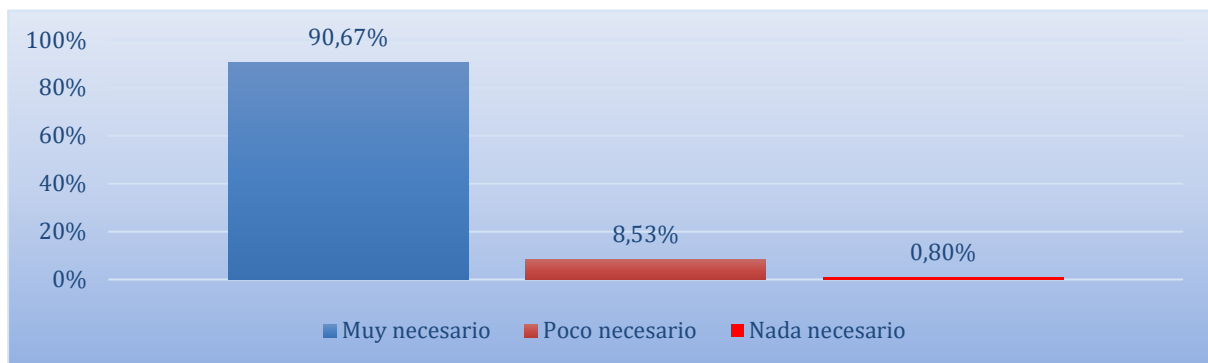


Figura 8. Es necesario la creación de un hotel para mascotas en la ciudad de Loja

Análisis: la figura 8, indica un fuerte interés de un proyecto de hotel para mascotas en la ciudad de Loja, ofreciendo oportunidades para satisfacer las demandas del mercado local.

8. ¿En caso de implementarse un hotel para mascotas usted estaría dispuesto en utilizar los servicios?

La Figura 9, da a conocer la factibilidad de poder implementar un hotel para mascotas en la ciudad de Loja.

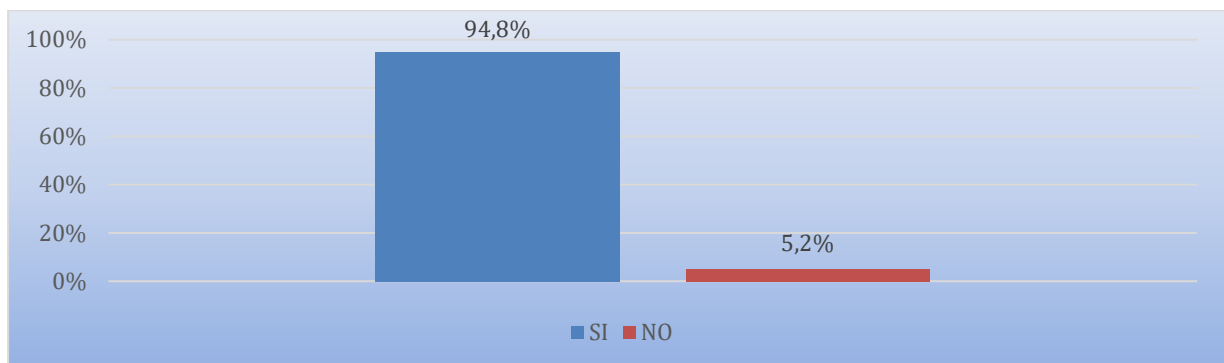


Figura 9. Factibilidad de implementación de un Hotel para mascotas.

Análisis: la figura 9, nos facilita visualizar que se cuenta con un gran mercado para un servicio de hotel en la ciudad de Loja; estos datos indican una alta disposición por parte de los dueños de mascotas para utilizar un servicio de un nuevo hotel para mascotas. Lo cual determina nuestra demanda efectiva.

9. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se diera a conocer el servicio del hotel para mascotas?

La Figura 10, permite conocer los medios de comunicación por los cuales se dará a promocionar los servicios del hotel para mascotas en la ciudad de Loja.

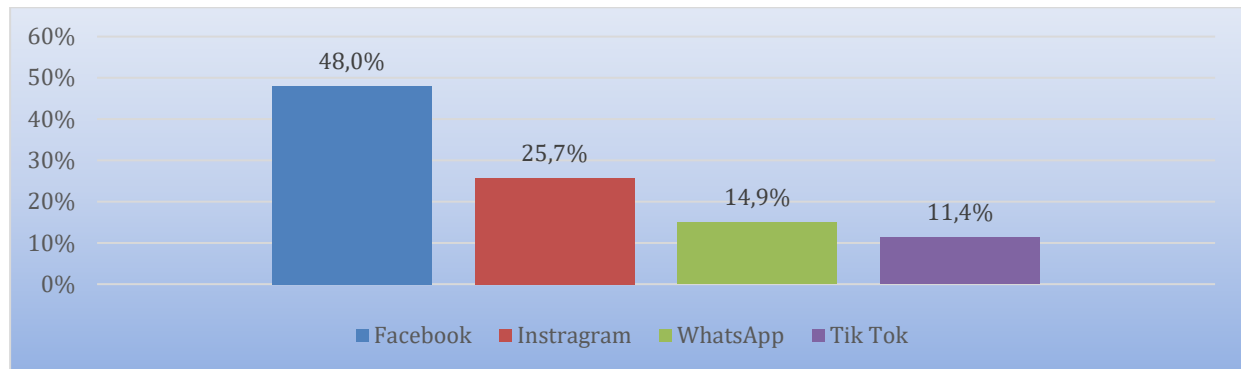


Figura 10. Medios de comunicación para promocionar el hotel para mascotas.

Análisis: la Figura 10, nos revela la preferencia que tienen los dueños de mascotas para informarse sobre los servicios del hotel; siendo Facebook la red social de su preferencia, seguida de Instagram, WhatsApp y Tik Tok.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el servicio de hospedaje para su mascota?

La Figura 11, nos permite conocer el precio que los dueños de las mascotas estarían dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje para mascotas en la ciudad de Loja.

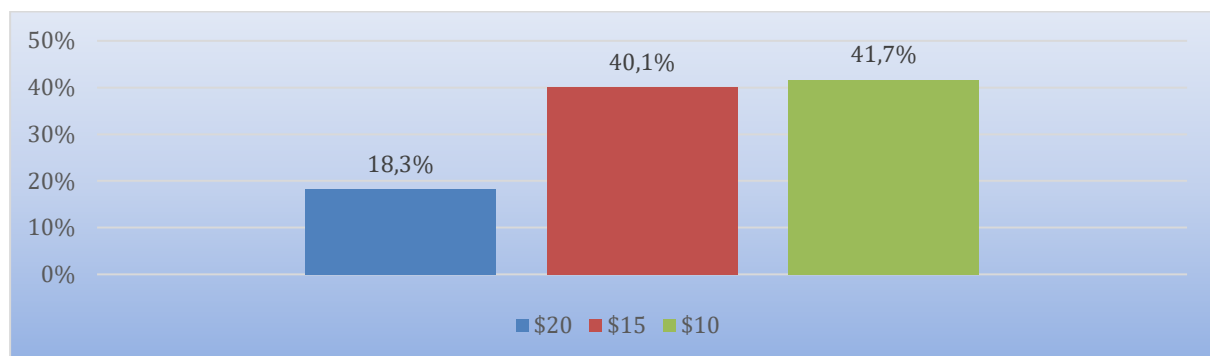


Figura 11. Precio a pagar por el servicio de hospedaje para las mascotas.

Análisis: la Figura 11, nos puntualiza el nivel de precios que promedian entre \$10 y \$20 dólares, que los dueños de las mascotas estarían dispuestos a pagar por los servicios prestados por el hotel.

11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el hotel para mascotas?

La Figura 12, indica los servicios adicionales que los dueños de las mascotas les gustaría que ofrezca el hotel.

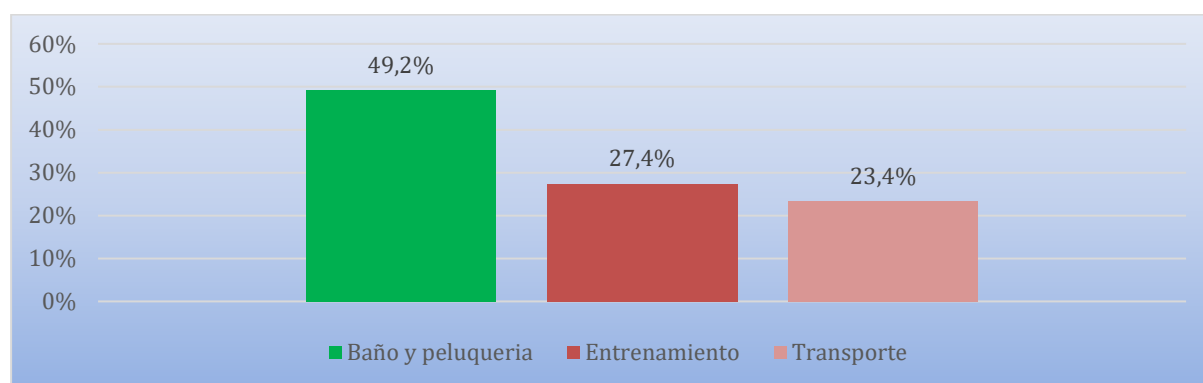


Figura 12. Servicios adicionales que ofrecería el hotel para mascotas

Análisis: la Figura 12, nos indica que los servicios de baño y peluquería son los más solicitados, seguidos por entrenamiento y transporte.

Tabulación de los datos oferentes

1. ¿Ofrece el servicio de hotel para mascotas?

La Figura 13, permite determinar si las veterinarias ofrecen el servicio de hotel para mascotas.

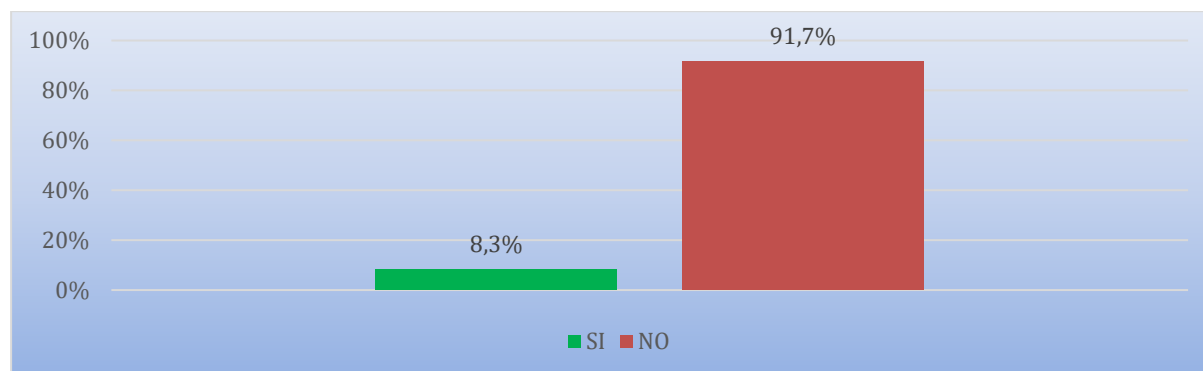


Figura 13. Servicio de hotel para mascotas

Análisis: la Figura 13, nos permite conocer los negocios que ofrecen el servicio de un hotel para mascotas; pudiéndose observar que existe una baja demanda para ofrecer el servicio de hotel para mascotas.

2. ¿Cuántos huéspedes tiene mensualmente?

La Figura 14, determina la cantidad de mascotas que reciben los servicios de un hotel mensualmente.

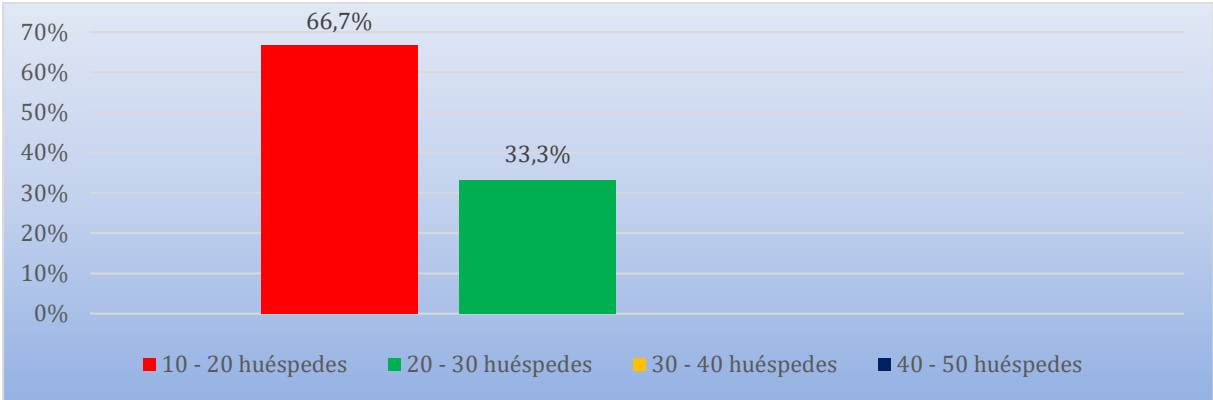


Figura 14. Cantidad de mascotas que hacen uso del servicio de hotel mensualmente.

Análisis: facilita identificar la cantidad de mascotas que hacen uso de los servicios que presta un hotel para mascotas mensualmente; dando como resultado un número moderado de huéspedes mensualmente.

3. ¿Cuál es el costo de la estadía?

La Figura 15, permite conocer el precio que los negocios de hotel para mascota están cobrando por el servicio prestado.

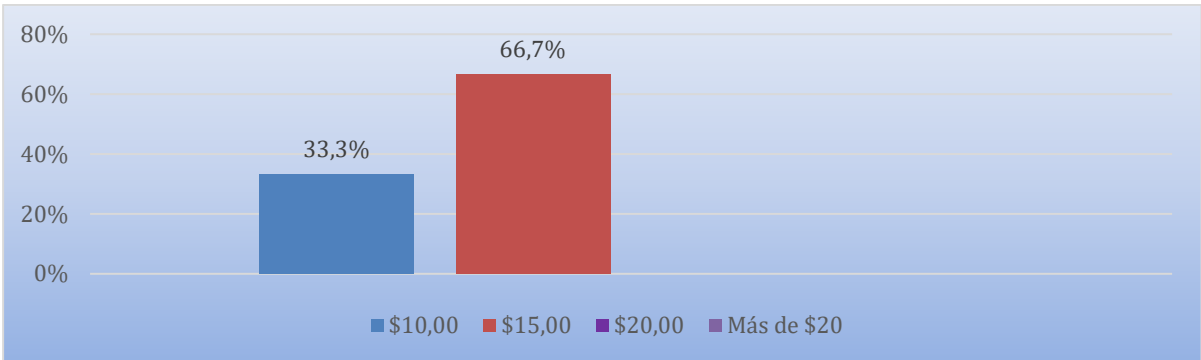


Figura 15. Precio por la estadía de la mascota

Análisis: la Figura 15, indica que la mayoría de los negocios que prestan el servicio de hotel para mascotas están cobrando \$15.00 por la estadía; y no hay alguno que cobre más según las respuestas proporcionadas, es decir, ninguna respuesta indica un costo de \$20 dólares o más.

7 DISCUSIÓN

7.1 Estudio de mercado

Al iniciar un proyecto el estudio de mercado es un elemento fundamental debido a que proporciona la información relevante para establecer la oferta y la demanda y de esta manera conocer el comportamiento de una determinada población donde los requerimientos de hoy, pueden no ser las necesidades del mañana.

Para la determinación de demanda Potencial, real y posteriormente la demanda efectiva, fue preciso aplicar encuestas destinadas a la población de la ciudad de Loja, asimismo una encuesta a las veterinarias de la ciudad de Loja.

Segmentación del mercado

El segmento meta al que se dirige el negocio son familias ya que en su mayoría tienen mascotas.

Análisis de la demanda

En cuanto a la demanda podemos decir que la misma está representada por las poblaciones interesadas en contratar el servicio de Hotel.

Para analizar la demanda en el presente proyecto, se encuestó a la población de la ciudad de Loja (datos INEC) siendo para la Demanda Total una muestra de 397 encuestas.

Demanda potencial

Tomando en cuenta los datos obtenidos en la pregunta No. 1 y de las familias de lojanos que tiene mascotas en su hogar, se procedió a calcular la demanda potencial, multiplicando la

población por el porcentaje de familias que tienen mascotas; a la vez se realiza la proyección de la población familiar en Loja para 5 años, tomando en cuenta la tasa de crecimiento del 1.38%, dándonos como resultado una considerable demanda potencial, es decir usuarios potenciales.

Tabla 2. Demanda potencial

AÑOS	POBLACIÓN FAMILIAR (1.38%)	% TIENE MASCOTAS	DEMANDA POTENCIAL
2024	62.924	86,9%	54.682
2025	63.791	86,9%	55.435
2026	64.670	86,9%	56.199
2027	65.560	86,9%	56.973
2028	66.463	86,9%	57.758
2029	67.379	86,9%	58.553

Nota: en la tabla 2 se muestra al número de familias que tienen mascotas en su hogar

Demanda real

Para el cálculo de la demanda real y su proyección, se tomó en cuenta a las familias lojanas que hacen uso de un hotel para sus mascotas y la demanda potencial obtenida en la tabla 2; se multiplicó la demanda potencial por el porcentaje de familias que utilizan un hotel para sus mascotas, con lo que se obtuvo una demanda real de 26.301 para el año 2024, y su respectiva proyección para 5 años.

Fórmula:

$$\text{Demanda Real} = \text{Demanda Potencial} * \text{Porcentaje de Utilización.}$$

Tabla 3. Demanda real

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	% UTILIZAN	DEMANDA REAL
2024	54.682	48,1%	26.301
2025	55.435	48,1%	26.663
2026	56.199	48,1%	27.030
2027	56.973	48,1%	27.403
2028	57.758	48,1%	27.780
2029	58.553	48,1%	28.163

Nota: en la tabla 3 se puede evidenciar las familias que utilizan en la actualidad de un hotel para sus mascotas.

Demanda efectiva

Para el cálculo de la demanda efectiva se tomó en cuenta a las personas que estarían dispuestas a tomar el servicio del nuevo hotel para mascotas, así como la demanda real obtenida en la tabla 3; con lo cual al multiplicar estos dos valores se pudo obtener la demanda efectiva para el año 2024, siendo esta de 24.943 y su respectiva proyección, con esto se puede deducir que existe una buena cantidad de familias que estarían dispuestas a utilizar el servicio del hotel para mascotas.

Fórmula:

$$\text{Demanda Efectiva} = \text{Demanda Real} * \text{Porcentaje de Aceptación.}$$

Tabla 4. Demanda efectiva

AÑO	DEMANDA REAL	% UTILIZARIAN	DEMANDA EFECTIVA
2024	26.301	94,8%	24.943
2025	26.663	94,8%	25.287
2026	27.030	94,8%	25.635
2027	27.403	94,8%	25.988
2028	27.780	94,8%	26.346
2029	28.163	94,8%	26.709

Nota: en la tabla 4 se muestra las familias que estarían dispuestas a utilizar el hotel para sus mascotas

Estudio de la oferta

De la investigación realizada en la ciudad de Loja podemos concluir que, aunque hay bastantes negocios que ofrecen servicios y productos para mascotas, no existen muchos que ofrezcan el servicio de hotel para mascotas, lo que deja un buen mercado abierto para ofrecer el servicio de hotel para mascotas.

Determinación de la oferta

Para el cálculo de la oferta, nos basamos en primer lugar en la cantidad de las veterinarias de la ciudad de Loja y luego definimos las que ofrecen el servicio de hotel para

mascotas, obteniendo la cantidad de 3 negocios que ofrecen este tipo de servicio, siendo éstos la competencia directa.

Oferta por servicio

Para el cálculo de la oferta por servicio, nos basamos en la pregunta 2 realizada a los oferentes, de los cuales dos de ellos manifestaron tener de 20 huéspedes al mes; y uno manifestó tener 30 huéspedes al mes, obteniendo así un total de 70 huéspedes mensuales y finalmente 840 huéspedes al año.

Tabla 5. Oferta por servicio

SERVICIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
HOSPEDAJE	70	840
TOTAL		840

Nota: en la tabla 5 se presenta la oferta anual por servicios que tienen los hoteles de mascotas en Loja

Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta anual, tomamos en cuenta la oferta por servicio calculada en la tabla No. 5, con el 1.35% de crecimiento.

Tabla 6. Proyección de la oferta anual

Nro.	AÑOS	PROYECCIÓN ANUAL
0	2024	840
1	2025	852
2	2026	863
3	2027	875
4	2028	887
5	2029	899

Nota: En la tabla 6 se muestra la proyección de la oferta anual por servicio

Análisis de la Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se refiere a aquella porción de demanda en el mercado que no ha sido atendida y que puede ser parcialmente satisfecha por el proyecto en cuestión. En

términos más específicos, se considera que hay demanda insatisfecha cuando la magnitud de la demanda excede la oferta disponible.

Para la obtención de la demanda insatisfecha se tomaron en cuenta la demanda efectiva y la oferta proyecta obtenidas en las tablas 4 y 5, que al restar estos dos valores se tiene como resultado una demanda insatisfecha de 24.103 y asimismo se realizó su respectiva proyección.

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda efectiva} - \text{oferta proyectada}$$

Tabla 7. Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2024	24.943	840	24.103
2025	25.287	852	24.435
2026	25.635	863	24.772
2027	25.988	875	25.113
2028	26.346	887	25.459
2029	26.709	899	25.809

Nota: en la tabla 7 se muestra la demanda que no ha sido cubierta en el mercado.

En la tabla 7 se puede observar que hay más demanda que oferta, es decir, no hay suficiente cantidad para satisfacer la demanda. Por lo tanto, se puede concluir que hay un mercado potencial para el proyecto.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Definición del Servicio

El hotel para mascotas es un lugar dedicado a dar alojamiento y atención completa a las mascotas cuando sus dueños no están presentes. El objetivo principal es garantizar un lugar seguro, acogedor y divertido para asegurar el bienestar de las mascotas que se quedan hospedadas en el hotel.

Nombre del hotel

El nombre del hotel será de “Hotel para Firulais”, se escogió este nombre, porque Firulais es un nombre bien conocido por el público y por lo tanto lo asociará inmediatamente con las mascotas.

Slogan

FELICIDAD PARA TUS MASCOTAS: transmite la idea que el hotel se esfuerza por crear un ambiente que promueva la felicidad y el bienestar de las mascotas, lo que puede atraer a los propietarios que desean lo mejor para sus animales de compañía.

Logotipo

El logotipo que representará al hotel estará conformado por el nombre del hotel, el slogan y una imagen.



Figura 16. Logotipo del hotel para mascotas

Precio

Al determinar los precios para el presente proyecto, se considerarán principalmente los costos involucrados en el servicio de alojamiento, junto con un margen de beneficio razonable, y también se tendrán en cuenta los precios de los competidores para establecer un precio competitivo.

Plaza

El canal de distribución del servicio será de forma directa, es decir, se lo hará de la empresa directamente hacia el usuario.



Figura 17. Canal de distribución del servicio del hotel

Promoción

Realizar una promoción mediante la entrega de incentivos a los usuarios en ocasiones especiales; ofertas de lanzamiento; descuentos para usuarios frecuentes, y paquetes promocionales.

Publicidad

Para la publicidad de este servicio, se utilizarán estrategias de comunicación a corto plazo. La publicidad se utilizará principalmente por medios digitales como tiendas en línea, sitios web y redes sociales oficiales del servicio.

7.2 Estudio técnico

El estudio técnico en un proyecto de inversión es una fase del proceso de evaluación y planificación. Este estudio se enfoca en analizar los aspectos técnicos y operativos del proyecto para determinar su viabilidad y factibilidad desde un punto de vista técnico.

En el caso del Hotel para mascotas consiste en un análisis de las instalaciones, equipos y recursos necesarios para operar. Este estudio es importante para garantizar que el hotel tenga las capacidades necesarias para brindar un servicio de alta calidad a las mascotas.

Capacidad instalada

Determinar la capacidad utilizada implica evaluar qué porcentaje de la capacidad total de un sistema o recurso está actualmente en uso. Este proceso es decisivo para garantizar una gestión eficiente de los recursos y para identificar posibles áreas de mejora o expansión.

Tabla 8. Capacidad instalada

NUMERO DE MASCOTAS ATENDIDAS POR TRABAJADOR	NUMERO DE TRABAJADORES	NUMERO DE MASCOTAS ATENDIDAS POR TRABAJADOR (24 HORAS)	ATENCIÓN DE MASCOTA POR MES	ATENCIÓN DE MASCOTAS ANUAL
24	3	72	2160	25920
TOTAL				25920

Nota: En la tabla 8 se puede observar la capacidad instalada con la que cuenta el hotel para mascotas

Para determinar la capacidad utilizada del hotel para mascotas se tiene en cuenta lo siguiente: 72 caniles individuales para cada mascota; 3 personas para atender a las mascotas; atención las 24 horas, los 7 días de la semana, dándonos como resultado 2160 mascotas atendidas en un mes; y, una capacidad instalada anual para el servicio de hospedaje de 25920 mascotas. Con esto se estaría cubriendo el 100% de la demanda insatisfecha.

Tabla 9. Propósito a cubrir el servicio de hospedaje por el hotel

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL DE SERVICIOS	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL DE SERVICIOS	PORCENTAJE %
2024	25.920	24103	100%

Nota: se cubrirá el 100% de la demanda insatisfecha.

Capacidad utilizada.

Determinar la capacidad utilizada de un hotel para mascotas implica evaluar cuánto del espacio disponible y de los recursos del hotel se está utilizando en un momento dado.

Tabla 10. Capacidad utilizada

NÚMERO DE TRABAJADORES	NUMERO DE MASCOTAS ATENDIDAS POR TRABAJADOR	NUMERO DE MASCOTAS ATENDIDAS (8 HORAS)	ATENCIÓN DE MASCOTA POR MES	ATENCIÓN DE MASCOTAS ANUAL
3	6	18	540	6480
TOTAL				6480

Nota: La tabla 10 muestra la capacidad utilizada del hotel para mascotas.

Para determinar la capacidad utilizada del hotel para mascotas se tiene en cuenta lo siguiente: 3 personas para atender a las mascotas; 6 mascotas atendidas por trabajador; 18

mascotas atendidas durante 8 horas; dándonos un total de 540 mascotas atendidas en un mes y un total de 6480 anualmente.

La capacidad utilizada es de 6.480 servicios, lo que representa el 25% de la capacidad instalada.

Tabla 11. Capacidad utilizada anual

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL DE SERVICIOS	CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL DE SERVICIOS	PORCENTAJE %
2024	25.920	6480	25
2025	25.920	12960	50
2026	25.920	18144	70
2027	25.920	22032	85
2028	25.920	24624	95
2029	25.920	25920	100

Nota: en la tabla 11 se muestra la proyección de la capacidad utilizada para 5 años

Se consideró que el hotel empezará el primer año con una capacidad instalada del 25% y por año se irá incrementado el porcentaje, es decir, para el segundo año incrementará un 25%, el tercer un 20%, el cuarto año un 10% y finalmente el quinto año un 5%, hasta llegar al 100%; pues esto se realiza con el fin de conocer la cantidad de servicios que se deberán incrementar gradualmente cada año.

Tamaño de la Planta

Consiste en definir la cantidad de unidades a producir, usuarios por atender, o cualquier otra métrica relevante.

El tamaño del Hotel para mascotas se determinará considerando la capacidad de atención deseada y la demanda proyectada. Factores como el número de caniles, áreas para servicios adicionales, salas de espera y espacio administrativo serán considerados para optimizar la eficiencia del espacio.

Localización de la planta

Implica la determinación geográfica del sitio en el cual se llevará a cabo el proyecto, lo que requiere un análisis de diversos aspectos que son esenciales y que justifican su localización.

Tales factores no se limitan únicamente a consideraciones económicas, sino que también abarcan aspectos como la accesibilidad, la seguridad, los servicios disponibles y el entorno competitivo.

Es muy importante determinar de manera objetiva el lugar más adecuado y conveniente para la ubicación del hotel para mascotas, para ello se debe tener en cuenta la Macro localización y Micro localización.

Macro localización: es el estudio general de la región donde se piensa ubicar el proyecto. Se refiere a la posición de la empresa en el mercado local, en comparación con un mercado que podría tener influencia a nivel regional, nacional o internacional. El establecimiento destinado para el alojamiento de mascotas se situará en la ciudad de Loja, en la provincia de Loja.



Figura 18. *Macro localización*

Micro localización: Se refiere al análisis detallado del contexto geográfico en el cual se llevará a cabo el proyecto. La micro localización determina la opción más adecuada para la ubicación de un proyecto dentro de la macrozona seleccionada. Es necesario tomar en cuenta variables como la accesibilidad, el flujo vehicular, la visibilidad y el contexto ambiental.

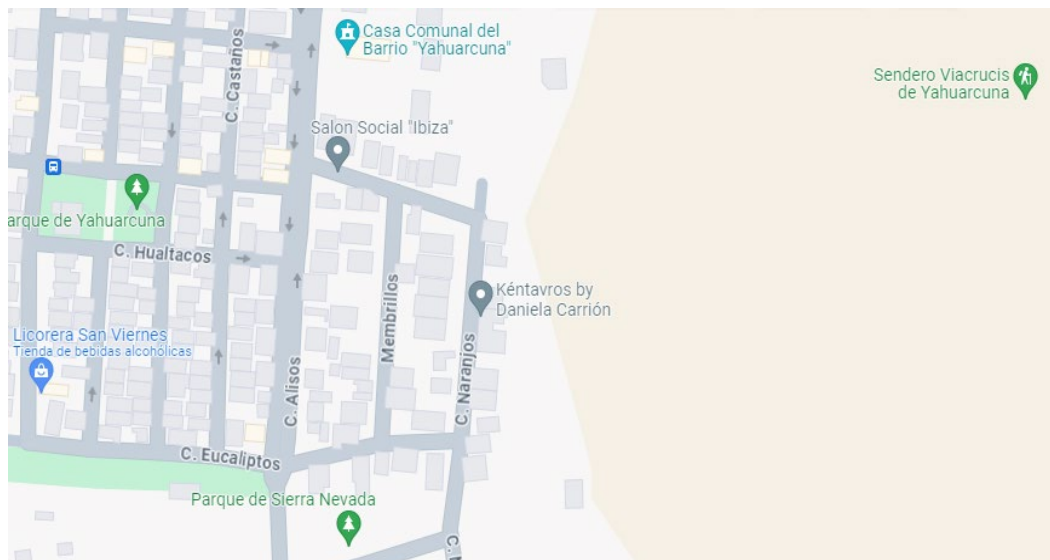


Figura 19. *Micro localización*

En la figura se puede identificar la ubicación específica del Hotel para mascotas, el cual se ubicará en el sector Sur, parroquia San Sebastián, barrio Yaguarcuna, calles Naranjos y Eucaliptos.

Factores para la localización:

Están constituidos por aquellos aspectos que permitirán el correcto funcionamiento de la empresa, tales factores serían: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuada, como electricidad, agua potable, telefonía, así como internet.

Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyectos se refiere a la aplicación de conocimientos técnicos y competencias necesarias para la planificación, diseño, ejecución y gestión eficiente de un proyecto. Esto abarca todos los aspectos relacionados con la instalación y el funcionamiento de la planta.

Componente tecnológico









Entre los componentes que se determinaron para este proyecto son los siguientes:

Maquinaria y equipos

Cantidad	Descripción	Imagen
1	Computadora	
1	Impresora	
2	Teléfono	
50	Camas (perros)	
20	Camas (gatos)	
70	Comederos	
70	Bebederos	
5	Kennel	
70	Callares	
10	Rascadores	
20	Arenero	

Figura 20. Maquinaria y equipos

Mobiliario

Cantidad	Descripción	Imagen
2	Escritorio	
2	Silla ejecutiva	
4	Silla tipo oficina	
1	Archivador	
2	Juego de sala de espera	
1	Tv	
4	Perchas metálicas	
1	Camilla	



1	Cocina y gas	
2	Camas	

Figura 21. Mobiliario

Infraestructura física de la planta.

Se vincula con el aspecto físico de la empresa, donde se identifican las áreas necesarias para la realización de cada actividad y la provisión de un servicio de calidad a los animales de compañía.

Tabla 12. Infraestructura

NUMERO	AREA DEL HOTEL	AREA (m ²)
PRIMERA PLANTA		
1	Recepción	35,24
1	Sala de espera	14,65
1	Oficina	11,87
5	Baños	3,22
1	Utilería	1,43
1	Bodega	15,16
1	Atención emergente	17,46
20	Alojamiento gatos	69,76
50	Alojamientos perros	230,2
1	Patio de juegos	500
1	Área verde	500
SEGUNDA PLANTA		
1	Sala	8,51
1	Comedor	7,41
1	Cocina	6,64
1	Terraza	12,71
1	Dormitorio	14,97
1	Dormitorio	11,88

Nota: en la tabla 12 se muestra la infraestructura física del hotel para mascotas

Para el desarrollo adecuado del servicio del Hotel para mascotas, se contará con un terreno con un tamaño total de 55,90m (56,00) x 32,10m (32,00), distribuido en dos plantas primera y segunda, con sus respectivas áreas que se detallan en la tabla 13.

Distribución de planta

La distribución de la planta es un aspecto crítico del diseño industrial que busca optimizar el uso del espacio y facilitar flujos de trabajo eficientes.

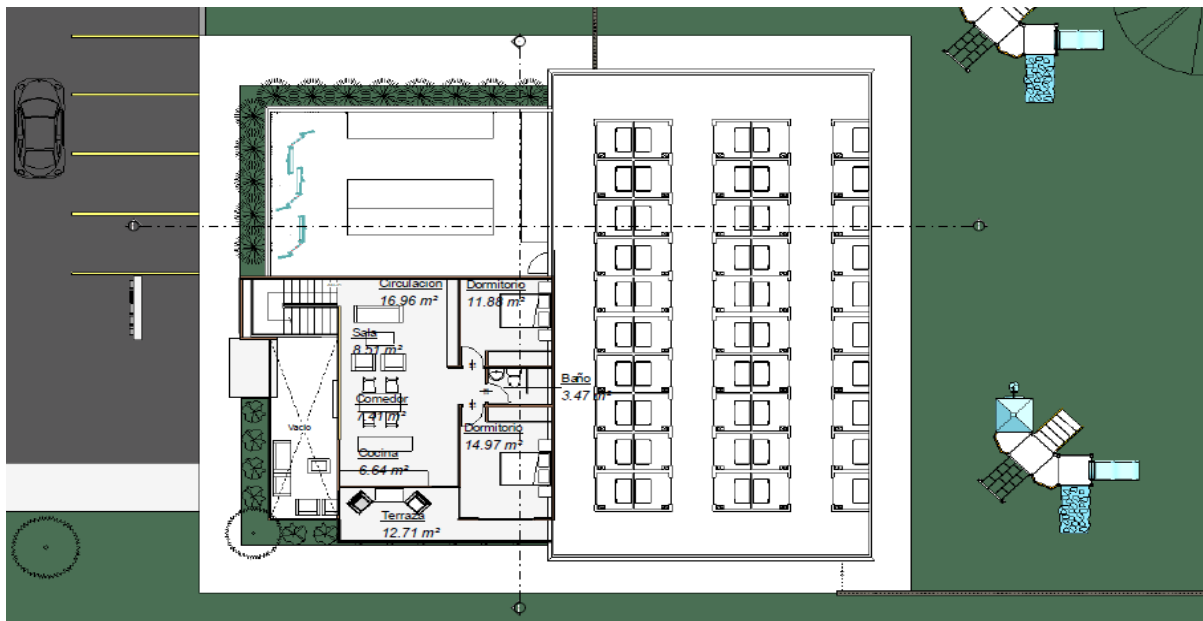


Figura 22. Distribución física del hotel para mascotas

En la figura 22 se puede visualizar el plano del hotel para mascotas, el cual se encuentra muy bien distribuido para brindar una excelente estadía de sus visitantes.

Proceso de producción

Se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el servicio. El proceso de producción del servicio para un hotel de mascotas implica el cuidado y la atención de las mascotas durante su estancia en el hotel, a continuación, detallo los procesos más importantes:

Compra: para realizar adquisiciones de insumos para el hotel de mascotas se debe identificar las necesidades, por lo que mensualmente, será realizará una revisión detallada de

inventario, identificando productos faltantes, y en función de esta evaluación, se realizará las compras necesarias para garantizar que la bodega cuente con los productos esenciales.

Atención al usuario: el proceso inicia de la siguiente forma: el usuario solicita la reservación del servicio; se revisa si existe disponibilidad; si existe disponibilidad se procede a reservar, caso contrario se informa al usuario que no existe disponibilidad; y se procede a registrar en la base de datos al posible usuario potencial; se procede con el registro de la mascota y se informa al dueño aspectos importantes sobre la estadía en el hotel; una vez que la mascota ha sido registrada, se le asigna un espacio de alojamiento en caniles individuales; durante su estadía se cuida y alimenta a las mascotas; el personal se encarga de sacar a las mascotas a jugar y a caminar o a correr; término de la estadía; se entrega la mascota al propietario, proporcionándole información sobre aspectos relevantes durante la estadía de la mascota; finalmente se realiza la factura por el servicio de hospedaje de la mascota.

Facturación: el empleado realiza la factura por el servicio de hospedaje de la mascota, entrega la factura al usuario, el usuario cancela la cuenta y el empleado procede a realizar el cobro respectivo, finalmente se despide al usuario agradeciendo a la vez por su preferencia.

Flujograma del proceso

El flujograma del proceso, muestra de manera visual las etapas y actividades del proceso de producción, desde la entrada de materias primas hasta la salida del producto o servicio final.

Simbología

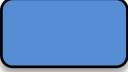

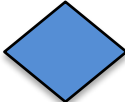
	Inicio / fin: inicio o final del flujograma
	Operación: actividades realizadas
	Decisión: verdadero y falso

Figura 23. Simbología del flujograma del proceso.

Flujograma

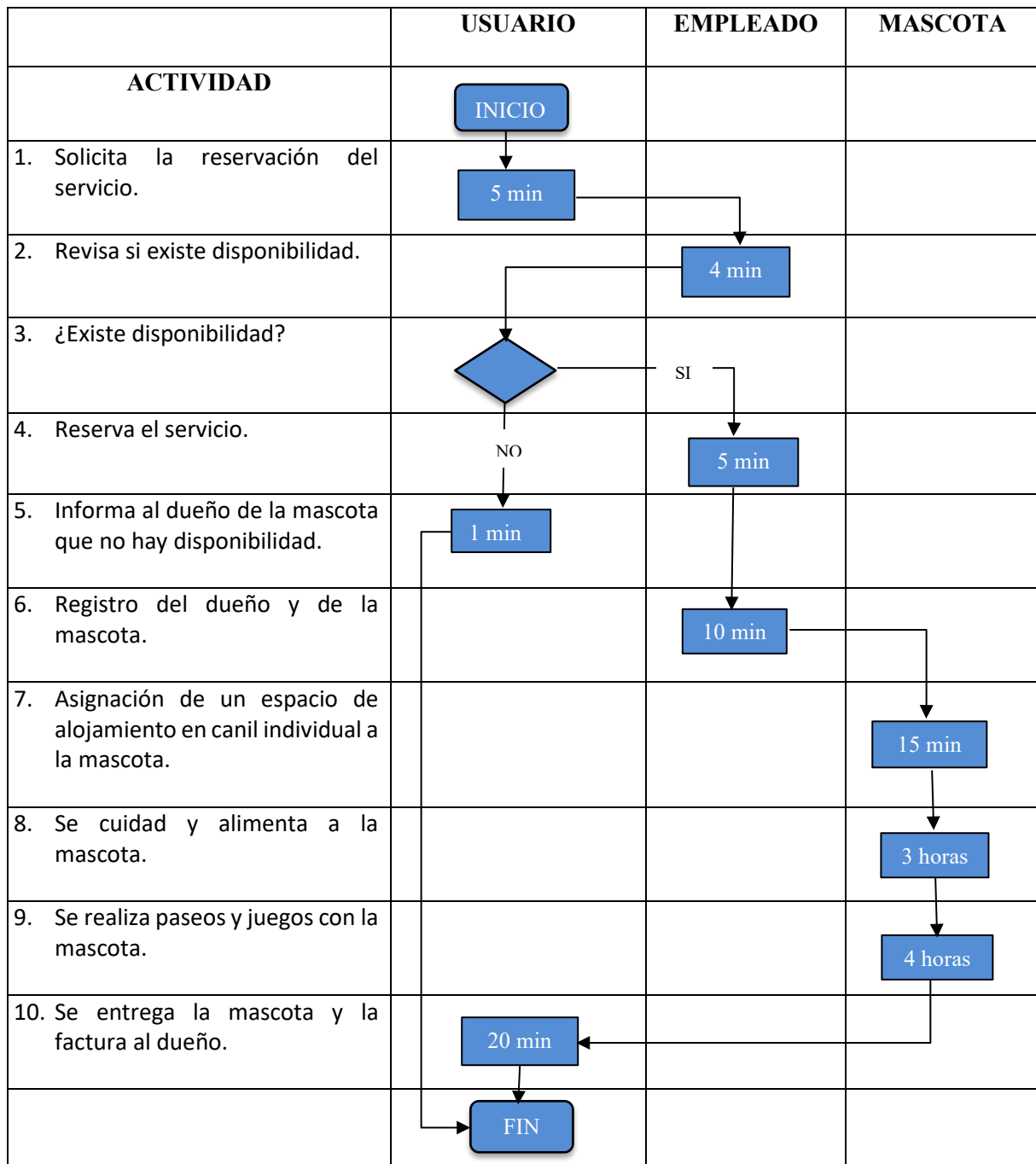


Figura 24. Flujograma del proceso del servicio del hotel.

En la figura 24 se puede visualizar las etapas y actividades del proceso del servicio del hotel, desde la entrada hasta la salida del usuario, dándonos un total de 8 horas diarias de servicio.

7.3 Estudio administrativo

El análisis administrativo se centra en examinar y planificar los elementos vinculados con la estructura, organización y gestión de la empresa o proyecto. Este análisis pretende establecer las bases administrativas necesarias para asegurar el funcionamiento adecuado y el desarrollo sostenible de la iniciativa empresarial.

Filosofía empresarial

Misión

“Somos una empresa que ofrece un lugar seguro y afectuoso para que las mascotas se hospeden mientras sus dueños están lejos, garantizando su bienestar y sobre todo su felicidad, a través de un servicio y cuidado especializado, priorizando la seguridad y la comodidad de cada mascota”.

Visión

“Ser un hotel en constante crecimiento y el número uno en el mercado de hoteles para mascotas en la ciudad de Loja, comprometidos en brindar un excelente cuidado y felicidad a las mascotas”

Valores

- Compromiso
- Cuidado
- Seguridad
- Confianza

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA UNIPERSONAL

En la ciudad de Loja, a los, la señora NARCISA IRENE ABAD GIRON, mayor de edad, identificada con la cédula de ciudadanía número 1103781900, domiciliada y residente en Yaguarcuna, calles Membrillos y Eucaliptos manifiesto que, encontrándome en capacidad de ejercer el comercio, mediante el presente documento constituyo una Empresa Unipersonal, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en las siguientes disposiciones:

ASISTENTES

En su calidad de único accionista y fundador del negocio, el propietario manifiesta su intención de constituir una empresa unipersonal bajo la denominación "HOTEL PARA FIRULAIS".

ARTÍCULO PRIMERO: Se acuerda constituir la empresa unipersonal bajo la forma de una Empresa Unipersonal con el nombre de "HOTEL PARA FIRULAIS".

ARTÍCULO SEGUNDO: El objeto social de la empresa será la prestación de servicios de hospedaje y cuidado integral para mascotas, así como cualquier actividad conexas o complementaria permitida por la ley.

ARTÍCULO TERCERO: El capital social inicial de la empresa será con uno propio del propietario y de un préstamo.

ARTÍCULO CUARTO: El propietario asumirá la administración y representación legal de la empresa, quedando facultado para tomar decisiones operativas y estratégicas.

ARTÍCULO QUINTO: Se aprueba el Estatuto de la Empresa que regirá su funcionamiento y que ha sido presentado por el propietario.

ARTÍCULO SEXTO: La empresa se disolverá por las causas previstas en la ley. En caso de disolución, la liquidación de la empresa se llevará a cabo por el propietario, quien tendrá las facultades necesarias para ello.

En fe de lo cual, se firma la presente minuta en la ciudad de Loja, a los

Firma: _____

NARCISA IRENE ABAD GIRON

C.I.: 1103781900

Estructura legal.

Determina la estructura legal bajo la cual funcionará la empresa. Este elemento define el marco jurídico y las responsabilidades legales de la entidad.

El Hotel para mascotas se establecerá como una empresa unipersonal, lo que significa que una sola persona será responsable de todos los derechos y obligaciones de la empresa, incluidas las deudas. Esta opción se basa en la rapidez para tomar decisiones y en la responsabilidad directa del propietario en todas las operaciones del hotel.

El Hotel para Mascotas se comprometerá a adherirse a todas las normativas y regulaciones locales y nacionales relacionadas con la operación de servicios para mascotas. Para asegurar el cumplimiento continuo de las leyes aplicables, se implementarán procedimientos internos y se designará personal específico.

La empresa llevará a cabo todos los registros legales necesarios y obtendrá las licencias y permisos pertinentes para funcionar como un hotel para mascotas. Esto abarcará permisos sanitarios, licencias municipales y cualquier otro requisito regulatorio aplicable.

Se adquirirá un seguro de responsabilidad civil para resguardar al hotel y a sus usuarios ante posibles accidentes o eventualidades. Esta póliza ofrecerá una protección adicional y garantizará el cumplimiento de los estándares de calidad.

Con una estructura legal apropiada y la documentación legal requerida, el hotel para mascotas podrá funcionar de manera segura y cumplir con las leyes y regulaciones pertinentes.

Organigramas

Organigrama estructural.

La figura 25 representa gráficamente la jerarquía y las relaciones de autoridad y responsabilidad dentro del Hotel para mascotas.

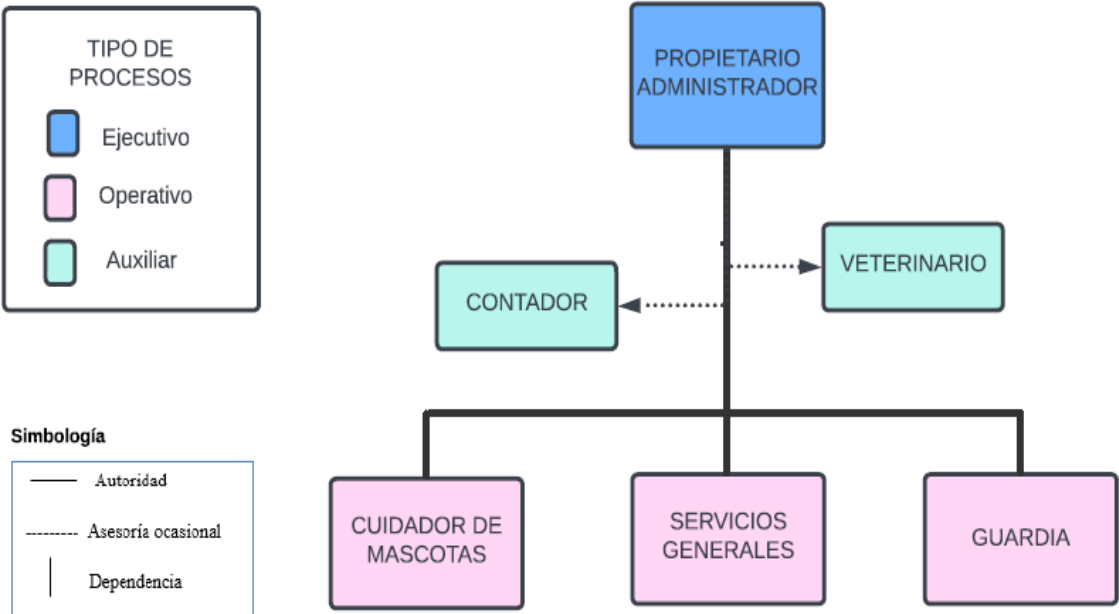


Figura 25. Organigrama Estructural

En la figura 25 se puede identificar los distintos niveles de gestión y cómo se distribuyen las responsabilidades en el hotel para mascotas.

Organigrama funcional

La figura 26 muestra las funciones y responsabilidades específicas de cada departamento del Hotel para mascotas.

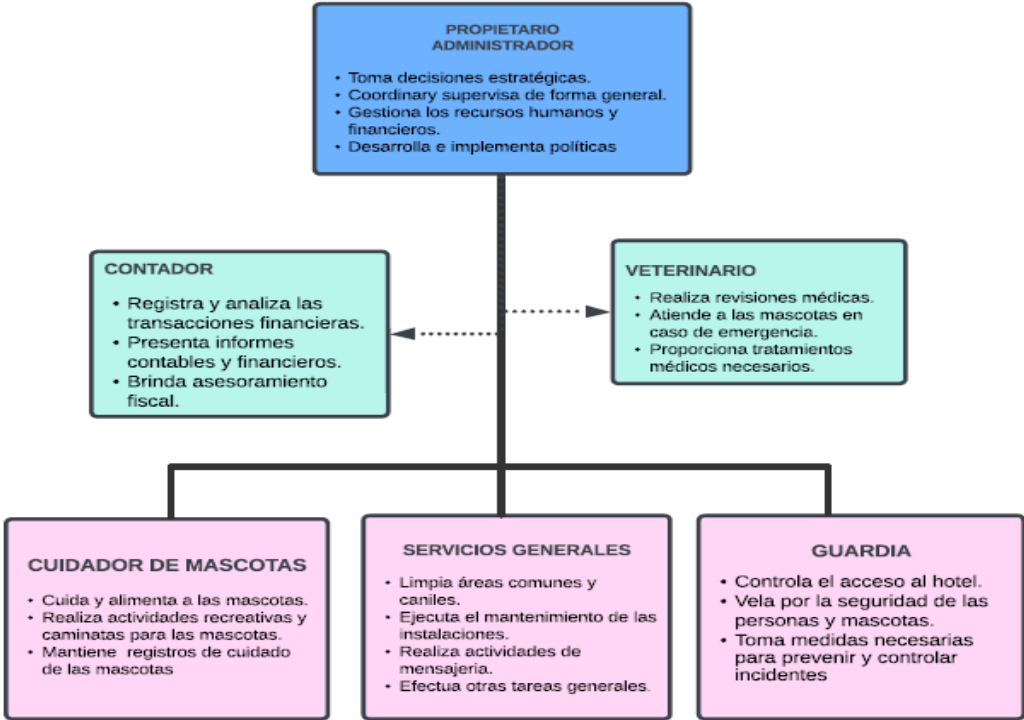


Figura 26. Organigrama funcional

La figura 26 presenta las funciones y responsabilidades específicas de cada departamento o área dentro del hotel para mascotas, sin importar la jerarquía. Esto ofrece una visión detallada de las actividades operativas y funcionales.

Organigrama posicional

La figura 27 muestra un organigrama que define la posición de cada cargo.

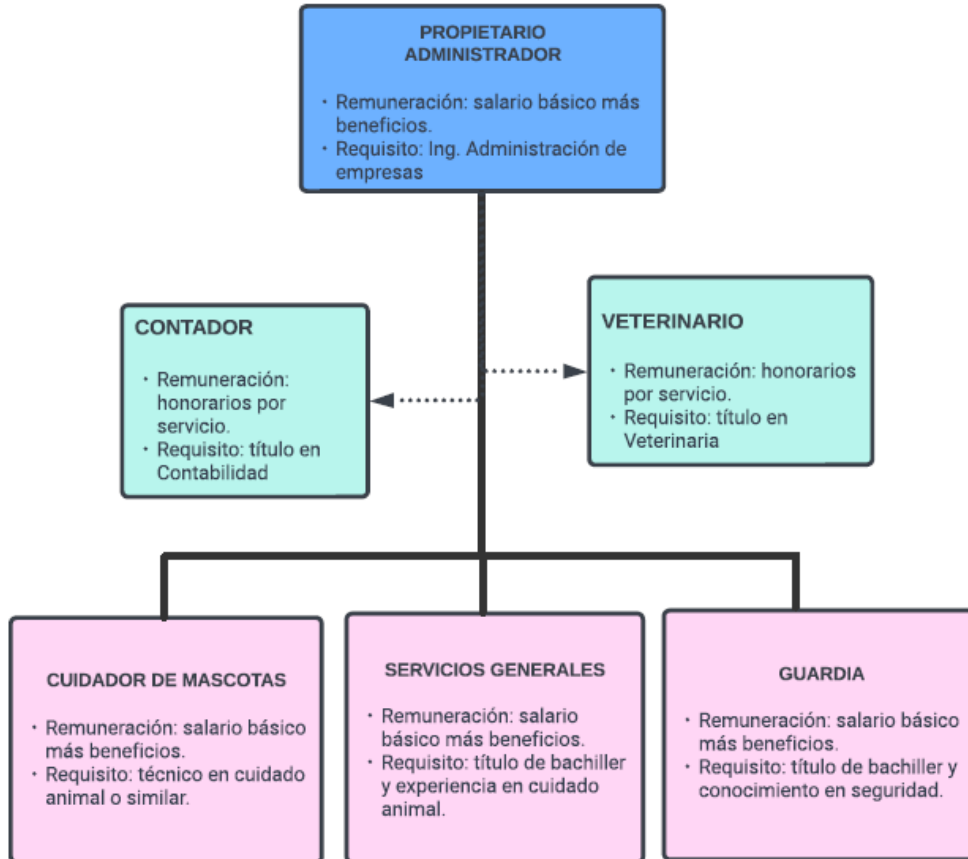


Figura 27. Organigrama posicional

En la figura 27, se puede visualizar un organigrama en el cual se define la posición de cada cargo en el Hotel para mascotas.

Manual de funciones

El manual de funciones es una herramienta laboral que detalla un conjunto de normas, tareas y requisitos para cada puesto de trabajo, y que deben seguir todos los integrantes de una empresa en el desempeño de sus actividades específicas. Su propósito es delinear las funciones principales asociadas a cada puesto y definir los perfiles necesarios para ocupar cada posición.

PROPIETARIO ADMINISTRADOR

Tabla 13. Propietario administrador

IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Propietario Administrador	Nivel funcional: Ejecutivo
RESUMEN DEL CARGO	
Gestionar de manera integral el hotel para mascotas, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos y operativos de la empresa.	
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none">a. Tomar de decisiones estratégicas.b. Coordinar y supervisar de forma general.c. Gestionar los recursos humanos y financieros.d. Desarrollar e implementar política.	
PERFIL REQUERIDO	
Instrucción formal: <ul style="list-style-type: none">▪ Título profesional Administración de Empresas.	Experiencia: <ul style="list-style-type: none">▪ Mínimo 4 a 5 años en funciones similares.
Competencias: <ul style="list-style-type: none">• Experiencia en gestión empresarial.• Habilidades de liderazgo y toma de decisiones.• Conocimiento en operaciones hoteleras y cuidado de mascotas.	

Nota: la tabla 13 muestra las características que se debe tener para el cargo de propietario administrador.

CUIDADOR DE MASCOTAS

Tabla 14. Cuidador de mascotas

IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Cuidador de mascotas	Nivel funcional: Operativo
RESUMEN DEL CARGO	
Brinda atención directa a las mascotas alojadas en el hotel, garantizando su bienestar y satisfacción.	
PRINCIPALES FUNCIONES	
a. Cuidado y alimentación de las mascotas.	
b. Realización de actividades recreativas y caminatas para las mascotas.	
c. Mantenimiento de registros de cuidado de las mascotas.	
PERFIL REQUERIDO	
Instrucción formal:	Experiencia:
▪ Técnico en cuidado animal o similar.	▪ 1 año en funciones similares
Competencias:	
• Paciencia y amor por los animales.	
• Conocimiento básico de primeros auxilios para mascotas.	

Nota: la tabla 14 muestra las características que se debe tener para el cargo de cuidador de mascotas.

SERVICIOS GENERALES

Tabla 15. Servicios generales

IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Servicios Generales	Nivel funcional: Operativo
RESUMEN DEL CARGO	
Se encarga de tareas de limpieza, mantenimiento y funciones generales para asegurar la operación eficiente del hotel.	
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none">a. Limpieza de áreas comunes y caniles.b. Ejecutar el mantenimiento de las instalaciones.c. Realizar actividades de mensajería.d. Efectuar otras tareas generales.	
PERFIL REQUERIDO	
Instrucción formal: <ul style="list-style-type: none">▪ Título de bachiller.	Experiencia: <ul style="list-style-type: none">▪ 1 año en funciones similares
Competencias: <ul style="list-style-type: none">• Experiencia en tareas de limpieza y mantenimiento.• Habilidades organizativas y de trabajo en equipo.	

Nota: la tabla 15 muestra las características que se debe tener para el cargo de servicios generales.

GUARDIA

Tabla 16. Guardia

IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Guardia	Nivel funcional: Operativo
RESUMEN DEL CARGO	
Responsable de la seguridad y vigilancia del hotel.	
PRINCIPALES FUNCIONES	
a. Controlar el acceso al hotel.	
b. Velar por la seguridad de las personas y mascotas.	
c. Tomar medidas necesarias para prevenir y controlar los incidentes	
PERFIL REQUERIDO	
Instrucción formal: ▪ Título de bachiller.	Experiencia: ▪ 1 año en funciones similares.
Competencias: • Experiencia en seguridad o campos relacionados. • Conocimiento de procedimientos de seguridad.	

Nota: la tabla 16 muestra las características que se debe tener para el cargo de guardia.

VETERINARIO

Tabla 17. Veterinario

IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Veterinario	Nivel funcional: Auxiliar
RESUMEN DEL CARGO	
Se encarga de brindar servicios veterinarios según sea necesario.	
PRINCIPALES FUNCIONES	
a. Realizar revisiones médicas	
b. Atender las mascotas en caso de emergencia.	
c. Proporcionar tratamientos médicos necesarios	
PERFIL REQUERIDO	
Instrucción formal: <ul style="list-style-type: none">▪ Título profesional en Veterinaria.	Experiencia: <ul style="list-style-type: none">▪ 2 años en funciones similares.
Competencias: <ul style="list-style-type: none">• Licencia y certificación veterinaria.• Experiencia en medicina veterinaria.	

Nota: la tabla 17 muestra las características que se debe tener para el cargo de veterinario.

CONTADOR

Tabla 18. Contador

IDENTIFICACION DEL CARGO	
Nombre del cargo: Contador	Nivel funcional: Auxiliar
RESUMEN DEL CARGO	
Se encarga de gestionar las finanzas y contabilidad del hotel.	
PRINCIPALES FUNCIONES	
a. Registrar y analizar las transacciones financieras.	
b. Presentar informes contables y financieros.	
c. Brindar asesoramiento fiscal.	
PERFIL REQUERIDO	
Instrucción formal:	Experiencia:
<ul style="list-style-type: none">▪ Título profesional en Contabilidad.	<ul style="list-style-type: none">▪ 2 años en funciones similares.
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none">• Licencia y certificación en contabilidad.• Experiencia en contabilidad financiera.	

Nota: la tabla 18 muestra las características que se debe tener para el cargo de contador.

7.4 Estudio Económico

Inversiones

Las inversiones se refieren al dinero necesario para empezar y operar la nueva empresa. Para este análisis de viabilidad, se calcularon utilizando presupuestos basados en diversas cotizaciones del mercado local.

Activos Fijos

Son los bienes que una empresa utiliza en sus operaciones a largo plazo, es decir, por más de un año, y están sujetos a depreciación.

Equipo de cómputo

En este contexto, se presentan los valores asociados al ordenador y la impresora, los cuales son indispensables para optimizar el desarrollo de las actividades.

Tabla 19. Equipo de cómputo

ARTÍCULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	\$1.056,82	\$ 1.056,82
Impresora	1	\$682,00	\$682,00
TOTAL			1.738,82

Nota: la tabla 19 muestra el equipo de cómputo necesario para el funcionamiento del hotel.

Equipo de oficina

Se refiere a todos los valores que son fundamentales para garantizar que las funciones administrativas se lleven a cabo de manera eficiente.

Tabla 20. Equipo de oficina

ARTÍCULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	\$44,00	\$88,00
TOTAL			\$88,00

Nota: la tabla 20 muestra el equipo de oficina para el correcto funcionamiento del hotel.

Muebles y enseres

Incluye todos los recursos necesarios para la adecuación de cada una de las áreas del establecimiento hotelero.

Tabla 21. Muebles y enseres

ARTÍCULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	\$225,00	\$450,00
Silla ejecutiva	2	\$49,00	\$98,00
Silla tipo oficina	4	\$18,00	\$72,00
Archivador	1	\$150,00	\$150,00
Juego de sala	2	\$700,00	\$1.400,00
TV	1	\$500,00	\$500,00
Perchas metálicas	4	\$120,00	\$480,00
Camilla	1	\$145,00	\$145,00
Juego de comedor	1	\$340,00	\$340,00
Cocina y gas	1	\$250,00	\$250,00
Juego de cama	2	\$600,00	\$1.200,00
TOTAL			\$5.085,00

Nota: la tabla 21 los muebles y enseres para adecuación de las áreas del hotel.

Vehículo

De propiedad del hotel, destinado al transporte de las mascotas.

Tabla 22. Vehículo

ARTÍCULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mazda alegre año 2005	1	\$5.000,00	\$ 5.000,00
TOTAL			\$5.000,00

Nota: la tabla 22 muestra el vehículo que se servirá para transportar a las mascotas.

Equipo de seguridad

Equipos que servirán para la protección y prevención de accidentes para el personal y usuarios del hotel.

Tabla 23. Equipo de seguridad

ARTÍCULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor	3	\$10,00	\$30,00
Botiquín de primeros auxilios	1	\$11,19	\$11,19
Videocámaras	10	\$63,00	\$630,00
Sistema de alarma	1	\$1.000,00	\$1.000,00
TOTAL			\$1.671,19

Nota: la tabla 23 muestra el equipo de seguridad para el hotel.

Depreciaciones

Tabla 24. Depreciaciones

DETALLE	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Depre. Equipo de computo	\$1.738,82	33%	\$573,81	3	\$388,34
Depre. Equipo de oficina	\$88,00	10%	\$8,80	10	\$7,92
Depre. Muebles y enseres	\$5.085,00	10%	\$508,50	10	\$457,65
Depre. Vehículo	\$5.000,00	20%	\$1.000,00	5	\$800,00
Depre. Equipo de seguridad	\$1.671,19	10%	\$167,12	10	\$150,41
TOTAL			\$2258,23		\$1804,31

Nota: la tabla 24 muestra la depreciación anual que tendrán los activos fijos.

Resumen de activos fijos

Tabla 25. Resumen de activos fijos

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Equipo de computo	\$1.738,82
Equipo de oficina	\$88,00
Muebles y enseres	\$5.085,00
Vehículo	\$5.000,00
Equipo de seguridad	\$1.671,19
Imprevistos 5%	\$679,15
TOTAL	\$14.262,16

Nota: la tabla 25 muestra un resumen de todos los activos fijos.

Activos Diferidos

Son los gastos que se utilizan para que la empresa pueda funcionar.

Tabla 26. *Activos diferidos*

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio de factibilidad	\$1.000,00
Permisos de funcionamiento	\$300,00
Gastos de constitución	\$400,00
Registro, marca y patente	\$300,00
Imprevistos 5%	\$100,00
TOTAL	\$2.100,00

Nota: la tabla 26 muestra los gastos que se realizarán para que el funcionamiento del hotel.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo son todos los recursos financieros que serán utilizados por la empresa para realizar sus operaciones diarias.

Materia prima directa

Son los materiales e insumos que se usan directamente para el cuidado y alojamiento de las mascotas.

Tabla 27. *Materia prima directa*

ARTICULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Camas perros	50	\$12,00	\$600,00	\$50,00
Camas gatos	20	\$7,00	\$140,00	\$11,67
Comederos	70	\$4,00	\$280,00	\$23,33
Bebedores	70	\$2,50	\$175,00	\$14,58
Juguetes	70	\$3,50	\$245,00	\$20,42
Accesorios (collares, bozales)	70	\$16,00	\$1.120,00	\$93,33
Kennel	5	\$43,79	\$218,95	\$18,25
Rascadores	10	\$34,00	\$340,00	\$28,33
Arenero	20	\$11,00	\$220,00	\$18,33
Alimentación (15 KG)	12	\$29,00	\$348,00	\$29,00
TOTAL			\$3.686,95	\$307,25

Nota: la tabla 27 muestra la materia prima directa necesaria para el funcionamiento del hotel.

Materia prima indirecta

Son los materiales y suministros que no están relacionados directamente con el cuidado de las mascotas, pero que son importantes para el buen funcionamiento del hotel.

Tabla 28. *Materia prima indirecta*

ARTICULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Shampoo	4	\$15,00	\$60,00	\$5,00
Jabón	4	\$10,00	\$40,00	\$3,33
Toallas	10	\$5,00	\$50,00	\$4,17
Recogedor de heces	3	\$5,00	\$15,00	\$1,25
TOTAL			\$165,00	\$13,75

Nota: la tabla 28 muestra la materia prima indirecta necesaria para el funcionamiento del hotel.

Mano de obra directa

Corresponde al costo por cada trabajador, que tienen que ver directamente con el servicio del hotel.

Tabla 29. *Mano de obra directa*

ELEMENTO	COSTO
CUIDADOR DE MASCOTAS	
Remuneración básica	\$460,00
Iess empleado (9,45%)	\$43,47
Fondos de reserva (a partir del 13er mes) (8,33%)	\$38,32
Iess empleador (11,15%)	\$51,29
Salario a recibir por el empleado	\$416,53
Salario a pagar empleador	\$511,29
Decimo 3er	\$460,00
Decimo 4to	\$460,00
Total remuneración anual	\$6.378,18
Nº de empleados	3
Total mensual	\$1.594,54
Total anual	\$19.134,53

Nota: la tabla 29 muestra la mano de obra directa para que el hotel preste los servicios.

Mantenimiento del vehículo

Este mantenimiento del vehículo se lo realiza con el fin de que pueda funcionar correctamente.

Tabla 30. Mantenimiento del vehículo

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasolina	GL	1,4	\$2,40	\$100,80	\$1.209,60
Lubricantes (cada 3 meses)	GL	1	\$12,00	\$4,00	\$48,00
TOTAL				\$104,80	\$1.257,60

Nota: la tabla 30 muestra el mantenimiento del vehículo.

Revisiones del vehículo

Corresponde a las revisiones regulares del vehículo para su buen funcionamiento.

Tabla 31. Revisiones del vehículo

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vehículo (cada 3 meses)	Unidad	1	\$25,00	\$8,33	\$100,00
TOTAL				\$8,33	\$100,00

Nota: la tabla 31 muestra la revisión del vehículo para su correcto funcionamiento.

Sueldos administrativos

Son los pagos o remuneraciones que reciben los empleados por las tareas administrativas en el hotel para mascotas.

Tabla 32. Sueldos administrativos

ELEMENTO	ADMINISTRADOR	SERVICIOS GENERALES	GUARDIA
	COSTO	COSTO	COSTO
Remuneración básica	\$460,00	\$460,00	\$460,00
Iess empleado (9,45%)	\$43,47	\$43,47	\$43,47
Fondos de reserva (a partir del 13er mes) (8,33%)	\$38,32	\$38,32	\$38,32
Iess empleador (11,15%)	\$51,29	\$51,29	\$51,29
Salario a recibir por el empleado	\$416,53	\$416,53	\$416,53
Salario a pagar empleador	\$511,29	\$511,29	\$511,29
Decimo 3er	\$460,00	\$460,00	\$460,00
Decimo 4to	\$460,00	\$460,00	\$460,00
Total, remuneración anual	\$6.378,18	\$6.378,18	\$6.378,18
Nº de empleados	1	1	1
Total, mensual	\$531,51	\$531,51	\$531,51
Total, sueldo mensual			\$1.594,54
Total, sueldo anual			\$19.134,53

Nota: la tabla 24 muestra los sueldos administrativos del hotel.

Servicios básicos

Estos servicios son necesarios para el buen funcionamiento del hotel.

Tabla 33. Servicios básicos

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	KW/H	300	\$0,10	\$30,00	\$360,00
Agua	M3	100	\$0,16	\$16,00	\$192,00
Teléfono	MINUTOS	220	\$0,17	\$37,40	\$448,80
Internet	MBPS	200	\$0,11	\$22,00	\$264,00
TOTAL				\$105,40	\$1.264,80

Nota: la tabla 33 muestra los servicios básicos necesarios para el funcionamiento del hotel.

Materiales de oficina

Son los materiales que serán utilizados en el hotel para llevar a cabo las tareas diarias.

Tabla 34. Materiales de oficina

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Resmas de papel bond	Unidad	1	\$2,79	\$2,79	\$33,48
Esferos	Unidad	2	\$0,23	\$0,46	\$5,52
Tijeras	Unidad	1	\$0,49	\$0,04	\$0,49
Borrador	Unidad	1	\$0,18	\$0,18	\$2,16
Lápiz	Unidad	1	\$0,15	\$0,15	\$1,80
Carpetas	Unidad	1	\$1,95	\$1,95	\$23,40
Corrector	Unidad	1	\$0,92	\$0,08	\$0,92
Grapadora	Unidad	1	\$4,00	\$0,33	\$4,00
Perforadora	Unidad	1	\$6,00	\$0,50	\$6,00
Clips	Caja	1	\$0,23	\$0,02	\$0,23
Grapas	Caja	1	\$0,73	\$0,06	\$0,73
TOTAL				\$6,56	\$78,73

Nota: la tabla 34 muestra el presupuesto de los materiales de oficina necesarios para el funcionamiento del hotel.

Útiles de aseo

Serán los útiles destinados a mantener la limpieza y el orden en el Hotel.

Tabla 35. Útiles de aseo

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	OBSERVACIÓN
Escoba (2 cada 6 meses)	Unidad	2	\$3,26	\$0,54	\$6,52	4 x año
Trapeador (2 cada 6 meses)	Unidad	2	\$3,61	\$0,60	\$7,22	4 x año
Recogedor (2 cada 6 meses)	Unidad	2	\$1,78	\$0,30	\$3,56	4 x año
Basurero	Unidad	8	\$5,00	\$3,33	\$40,00	8 x año
Toallas de manos	Unidad	2	\$1,66	\$3,32	\$39,84	
Desinfectante	Gl	1	\$8,29	\$8,29	\$99,48	
Cloro	Gl	1	\$3,69	\$3,69	\$44,28	
Papel higiénico	Unidad	3	\$1,56	\$4,68	\$56,16	
Jabón líquido	Unidad	1	\$3,69	\$3,69	\$44,28	
Detergente	Kg	2	\$2,14	\$4,28	\$51,36	
TOTAL				\$32,73	\$392,70	

Nota: la tabla 35 muestra el presupuesto de los útiles de aseo para el hotel.

Arriendo

Corresponde al pago por el arrendamiento del local donde funcionará el Hotel.

Tabla 36. Arriendo

ARTÍCULO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	\$1.000,00	\$12.000,00
TOTAL		\$12.000,00

Nota: la tabla 36 muestra el presupuesto de arriendo del lugar donde funcionará el hotel.

Publicidad

La publicidad será la forma de promocionar el servicio del hotel, para atraer a los usuarios.

Tabla 37. Publicidad

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Página web	Unidad	1	\$30,00	\$30,00	\$360,00
Redes sociales	Unidad	1	\$10,00	\$10,00	\$120,00
TOTAL				\$40,00	\$480,00

Nota: la tabla 37 muestra el presupuesto en publicidad para el hotel.

Resumen del activo circulante

Tabla 38. Resumen del activo circulante

ARTICULO	PARCIAL	TOTAL MENSUAL	PARCIAL	TOTAL ANUAL
Costos directos de servicio		\$1.901,79		\$22.821,48
Materia prima directa	\$307,25		\$3.686,95	
Mano obra directa	\$1.594,54		\$19.134,53	
Costos indirectos de servicio		\$126,88		\$1.522,60
Materia prima indirecta	\$13,75		\$165,00	
Mantenimiento del vehículo	\$104,80		\$1.257,60	
Revisiones del vehículo	\$8,33		\$100,00	
Gastos administrativos		\$2.739,23		\$32.870,76
Sueldos administrativos	\$1.594,54		\$19.134,53	
Servicios básicos	\$105,40		\$1.264,80	
Materiales de oficina	\$6,56		\$78,73	
Útiles de aseo	\$32,73		\$392,70	
Arriendo	\$1.000,00		\$12.000,00	
Gastos en venta		\$40,00		\$480,00
Publicidad	\$40,00		\$480,00	
Imprevistos 5%		\$240,40		\$2.884,74
TOTAL		\$5.048,30		\$60.579,58

Nota: la tabla 38 muestra el resumen del capital de trabajo o activo circulante.

Inversión total

Corresponde a la suma de todos los recursos financieros, es decir, la suma de activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. La inversión total para la implementación del Hotel será de \$76.941,74.

Tabla 39. Inversiones totales

INVERSIÓN	PARCIAL	TOTAL
Activos fijos		\$14.262,16
Equipo de computo	\$1.738,82	
Equipo de oficina	\$88,00	
Muebles y enseres	\$5.085,00	
Vehículo	\$5.000,00	
Equipo de seguridad	\$1.671,19	
Imprevistos 5%	\$679,15	
Activos diferidos		\$2.100,00
Estudio de factibilidad	\$1.000,00	
Permisos de funcionamiento	\$300,00	
Gastos de constitución	\$400,00	
Registro, marca y patente	\$300,00	
Imprevistos 5%	\$100,00	
Activo circulante		\$60.579,58
Costos directos de servicio	\$22.821,48	
Costos indirectos de servicio	\$1.522,60	
Gastos administrativos	\$32.870,76	
Gastos en venta	\$480,00	
Imprevistos 5%	\$2.884,74	
TOTAL		\$76.941,74

Nota: la tabla 39 muestra el total de inversión para la implementación del hotel.

Financiamiento

El financiamiento será: con capital propio el 61%; y, con un préstamo en una institución bancaria del 39%.

Tabla 40. Financiamiento

FUENTE	%	MONTO
Capital propio	61	\$46.941,74
Crédito (5 años)	39	\$30.000,00
TOTAL	100	\$76.941,74

Nota: la tabla 40 detalla el financiamiento para el hotel.

Amortización del préstamo

Tabla 41. Datos para el préstamo

Datos del préstamo	
Monto del préstamo	\$30.000,00
Tasa de interés	11%
Tiempo (años)	5
Frecuencia	12
Períodos	60
Renta	656,77

Nota: la tabla 41 muestra los datos para amortización del préstamo.

Los datos de la tabla 41, se utilizaron para realizar el cálculo de la amortización del préstamo en un tiempo determinado.

Tabla 42. Amortización

Nro.	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
0				\$30.000,00
1	\$782,50	\$500,00	\$282,50	\$29.500,00
2	\$777,79	\$500,00	\$277,79	\$29.000,00
3	\$773,08	\$500,00	\$273,08	\$28.500,00
4	\$768,38	\$500,00	\$268,38	\$28.000,00
5	\$763,67	\$500,00	\$263,67	\$27.500,00
6	\$758,96	\$500,00	\$258,96	\$27.000,00
7	\$754,25	\$500,00	\$254,25	\$26.500,00
8	\$749,54	\$500,00	\$249,54	\$26.000,00
9	\$744,83	\$500,00	\$244,83	\$25.500,00
10	\$740,13	\$500,00	\$240,13	\$25.000,00
11	\$735,42	\$500,00	\$235,42	\$24.500,00
12	\$730,71	\$500,00	\$230,71	\$24.000,00
13	\$726,00	\$500,00	\$226,00	\$23.500,00
14	\$721,29	\$500,00	\$221,29	\$23.000,00
15	\$716,58	\$500,00	\$216,58	\$22.500,00
16	\$711,88	\$500,00	\$211,88	\$22.000,00
17	\$707,17	\$500,00	\$207,17	\$21.500,00
18	\$702,46	\$500,00	\$202,46	\$21.000,00
19	\$697,75	\$500,00	\$197,75	\$20.500,00
20	\$693,04	\$500,00	\$193,04	\$20.000,00
21	\$688,33	\$500,00	\$188,33	\$19.500,00
22	\$683,63	\$500,00	\$183,63	\$19.000,00
23	\$678,92	\$500,00	\$178,92	\$18.500,00
24	\$674,21	\$500,00	\$174,21	\$18.000,00
25	\$669,50	\$500,00	\$169,50	\$17.500,00
26	\$664,79	\$500,00	\$164,79	\$17.000,00
27	\$660,08	\$500,00	\$160,08	\$16.500,00
28	\$655,38	\$500,00	\$155,38	\$16.000,00
29	\$650,67	\$500,00	\$150,67	\$15.500,00
30	\$645,96	\$500,00	\$145,96	\$15.000,00
31	\$641,25	\$500,00	\$141,25	\$14.500,00
32	\$636,54	\$500,00	\$136,54	\$14.000,00
33	\$631,83	\$500,00	\$131,83	\$13.500,00

34	\$627,13	\$500,00	\$127,13	\$13.000,00
35	\$622,42	\$500,00	\$122,42	\$12.500,00
36	\$617,71	\$500,00	\$117,71	\$12.000,00
37	\$613,00	\$500,00	\$113,00	\$11.500,00
38	\$608,29	\$500,00	\$108,29	\$11.000,00
39	\$603,58	\$500,00	\$103,58	\$10.500,00
40	\$598,88	\$500,00	\$98,88	\$10.000,00
41	\$594,17	\$500,00	\$94,17	\$9.500,00
42	\$589,46	\$500,00	\$89,46	\$9.000,00
43	\$584,75	\$500,00	\$84,75	\$8.500,00
44	\$580,04	\$500,00	\$80,04	\$8.000,00
45	\$575,33	\$500,00	\$75,33	\$7.500,00
46	\$570,63	\$500,00	\$70,63	\$7.000,00
47	\$565,92	\$500,00	\$65,92	\$6.500,00
48	\$561,21	\$500,00	\$61,21	\$6.000,00
49	\$556,50	\$500,00	\$56,50	\$5.500,00
50	\$551,79	\$500,00	\$51,79	\$5.000,00
51	\$547,08	\$500,00	\$47,08	\$4.500,00
52	\$542,38	\$500,00	\$42,38	\$4.000,00
53	\$537,67	\$500,00	\$37,67	\$3.500,00
54	\$532,96	\$500,00	\$32,96	\$3.000,00
55	\$528,25	\$500,00	\$28,25	\$2.500,00
56	\$523,54	\$500,00	\$23,54	\$2.000,00
57	\$518,83	\$500,00	\$18,83	\$1.500,00
58	\$514,13	\$500,00	\$14,13	\$1.000,00
59	\$509,42	\$500,00	\$9,42	\$500,00
60	\$504,71	\$500,00	\$4,71	\$0,00

Nota: la tabla 42 detalla la amortización del préstamo.

Análisis de costos

El análisis de costos es muy importante para el proyecto, ya que nos permite mejorar las ganancias, optimizar los recursos y garantizar la viabilidad financiera a largo plazo.

Costo total de producción

El costo total de producción está conformado por todos los costos y gastos que se desembolsaran durante un periodo determinado. A estos datos se los proyectó para 5 años de vida útil. Para su cálculo se aplicó un porcentaje del 1,35%, de la tasa inflacionaria. Estos costos y gastos constituyen uno de los elementos más importantes para determinar la rentabilidad del proyecto.

$$\text{Costo total de producción} = \text{CP} + \text{CO}$$

Tabla 43. Costo total de producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo primo					
Costos directos de servicio					
Materia prima directa	\$3.686,95	\$3.736,72	\$3.787,17	\$3.838,30	\$3.890,11
Mano obra directa	\$19.134,53	\$19.392,84	\$19.654,65	\$19.919,99	\$20.188,91
Total, costo directo de servicio	\$22.821,48	\$23.129,57	\$23.441,82	\$23.758,28	\$24.079,02
Costos indirectos de servicio					
Materia prima indirecta	\$165,00	\$167,23	\$169,49	\$171,77	\$174,09
Mantenimiento del vehículo	\$1.257,60	\$1.274,58	\$1.291,78	\$1.309,22	\$1.326,90
Revisiones del vehículo	\$100,00	\$101,35	\$102,72	\$104,10	\$105,51
Total, costos indirectos de servicio	\$1.522,60	\$1.543,16	\$1.563,99	\$1.585,10	\$1.606,50
Total, costo de producción	\$24.344,08	\$24.672,72	\$25.005,80	\$25.343,38	\$25.685,52
Costos de operación					
Gastos administrativos					
Sueldos administrativos	\$19.134,53	\$19.392,84	\$19.654,65	\$19.919,99	\$20.188,91
Servicios básicos	\$1.264,80	\$1.281,87	\$1.299,18	\$1.316,72	\$1.334,49
Materiales de oficina	\$78,73	\$79,79	\$80,87	\$81,96	\$83,07
Útiles de aseo	\$392,70	\$398,00	\$403,37	\$408,82	\$414,34
Arriendo	\$12.000,00	\$12.162,00	\$12.326,19	\$12.492,59	\$12.661,24
Depre. Equipo de computo	\$388,34	\$388,34	\$388,34	\$388,34	\$388,34
Depre. Equipo de oficina	\$7,92	\$7,92	\$7,92	\$7,92	\$7,92
Depre. Muebles y enseres	\$457,65	\$457,65	\$457,65	\$457,65	\$457,65
Depre. Vehículo	\$800,00	\$640,00	\$640,00	\$640,00	\$640,00
Depre. Equipo de seguridad	\$150,41	\$150,41	\$150,41	\$150,41	\$150,41
Amortización de activo diferido	\$1.346,67	\$1.346,67	\$1.346,67	\$1.346,67	\$1.346,67
Amortización del préstamo	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Total, gastos administrativos	\$42.021,74	\$42.305,49	\$42.755,24	\$43.211,06	\$43.673,03
Gastos en venta					
Publicidad	\$480,00	\$486,48	\$493,05	\$499,70	\$506,45
Total, gastos en venta	\$480,00	\$486,48	\$493,05	\$499,70	\$506,45
Gastos financieros					
Intereses de préstamo	\$3.079,25	\$2.401,25	\$1.723,25	\$1.045,25	\$367,25
Total, gastos financieros	\$3.079,25	\$2.401,25	\$1.723,25	\$1.045,25	\$367,25
Total, costo de operación	\$45.580,99	\$45.193,22	\$44.971,54	\$44.756,01	\$44.546,73
Total, presupuesto	\$69.925,07	\$69.865,95	\$69.977,34	\$70.099,39	\$70.232,25

Nota: la tabla 43 detalla el costo total de producción.

Costo unitario

Para el cálculo del costo unitario se tomaron en cuenta el costo total de producción y el servicio anual.

Tabla 44. Costo unitario

AÑOS	COSTO TOTAL	SERVICIO ANUAL	COSTO UNITARIO
1	\$69.925,07	6480	\$10,79
2	\$69.865,95	6480	\$10,78
3	\$69.977,34	6480	\$10,80
4	\$70.099,39	6480	\$10,82
5	\$70.232,25	6480	\$10,84

Nota: la tabla 44 detalla el costo unitario del servicio del hotel.

$$CU = \frac{\text{Costo total}}{\text{Servicio anual}}$$

$$CU = \frac{69.925,07}{6480}$$

$$CU = 10,79$$

Así mismo se procedió a realizar el cálculo para los siguientes años de vida del proyecto, con lo que se puede ver que al costo unitario irá incrementando cada año.

Precio de venta

Para establecer el precio de venta al público, se tomaron en cuenta varios factores clave. Se consideró el costo unitario de producción. También se decidió aplicar un margen de utilidad del 28,06% sobre ese costo. Por otro lado, el estudio de mercado reveló que los usuarios potenciales suelen pagar entre 10 y 20 dólares por el servicio de hotel. Por ello, al fijar el precio final, se buscó mantener un margen competitivo en relación a los precios del mercado.

Tabla 45. Precio de venta

AÑOS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
1	\$10,79	28,06%	\$15,00
2	\$10,78	28,12%	\$15,00
3	\$10,80	28,01%	\$15,00
4	\$10,82	27,88%	\$15,00
5	\$10,84	27,74%	\$15,00

Nota: la tabla 45 detalla el precio de venta del servicio del hotel.

$$PV = \text{Costo unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$PV = \$10.79 + \$4.21$$

$$PV = \$15$$

Ingresos totales

Para obtener el valor de los ingresos totales se realiza la operación de multiplicar el número de servicio por el valor del precio de venta, dándonos como resultado para el primer año de \$97.200,00; luego se procedió a su respectiva proyección con una tasa inflacionaria del 1.35%, con lo que se puede evidenciar un crecimiento continuo en los ingresos.

Tabla 46. Ingresos totales

AÑO	SERVICIO	PRECIO DE VENTA	INGRESOS DE VENTAS TOTALES
1	6.480	\$15,00	\$97.200,00
2	6.480	\$15,00	\$98.512,20
3	6.480	\$15,00	\$99.842,11
4	6.480	\$15,00	\$101.189,98
5	6.480	\$15,00	\$102.556,05

Nota: la tabla 46 presenta los ingresos totales de ventas, proyectados para un período de cinco años

Clasificación de los costos.

Los costos fijos representan los costos constantes que no varían con el nivel de producción o ventas, por ejemplo, tenemos arriendo del local, los salarios del personal administrativo, los servicios básicos y la depreciación de los activos, etc.

Los costos variables en cambio varían según el volumen de producción, por ejemplo, la materia prima, la mano de obra directa, costos de mantenimiento, suministros, etc.

Tabla 47. Clasificación de costos

DESCRIPCIÓN	Año 1		Año 3		Año 5	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costos primos						
Costos directos de servicio						
Materia prima directa		\$3.686,95		\$3.787,17		\$3.890,11
Mano obra directa	\$19.134,53		\$19.654,65		\$20.188,91	
Total, costo directo de servicio	\$19.134,53	\$3.686,95	\$19.654,65	\$3.787,17	\$20.188,91	\$3.890,11
Costos indirectos de servicio						
Materia prima indirecta	\$165,00		\$169,49		\$174,09	
Mantenimiento del vehículo		\$1.257,60		\$1.291,78		\$1.326,90
Revisiones del vehículo		\$100,00		\$102,72		\$105,51
Total, costos indirectos de servicio	\$165,00	\$1.357,60	\$169,49	\$1.394,50	\$174,09	\$1.432,41
Total, costo de producción	\$19.299,53	\$5.044,55	\$19.824,13	\$5.181,67	\$20.363,00	\$5.322,52
Costos de operación						
Gastos administrativos						
Sueldos administrativos	\$19.134,53		\$19.654,65		\$20.188,91	
Servicios básicos	\$1.264,80		\$1.299,18		\$1.334,49	
Materiales de oficina	\$78,73		\$80,87		\$83,07	
Útiles de aseo	\$392,70		\$403,37		\$414,34	
Arriendo	\$12.000,00		\$12.326,19		\$12.661,24	
Depre. Equipo de computo	\$388,34		\$388,34		\$388,34	
Depre. Equipo de oficina	\$7,92		\$7,92		\$7,92	
Depre. Muebles y enseres	\$457,65		\$457,65		\$457,65	
Depre. Vehículo	\$800,00		\$640,00		\$640,00	
Depre. Equipo de seguridad	\$150,41		\$150,41		\$150,41	
Amortización de activo diferido	\$1.346,67		\$1.346,67		\$1.346,67	
Amortización del préstamo	\$6.000,00		\$6.000,00		\$6.000,00	
Total, gastos administrativos	\$42.021,74		\$42.755,24		\$43.673,03	
Gastos en venta						
Publicidad	\$480,00		\$493,05		\$506,45	
Total, gastos en venta	\$480,00		\$493,05		\$506,45	
Gastos financieros						
Intereses de préstamo	\$3.079,25		\$1.723,25		\$367,25	
Total, gastos financieros	\$3.079,25		\$1.723,25		\$367,25	
Total, costo de operación	\$45.580,99		\$44.971,54		\$44.546,73	
Total, presupuesto	\$64.880,52	\$5.044,55	\$64.795,67	\$5.181,67	\$64.909,72	\$5.322,52

Nota: la tabla 47 muestra la clasificación de los costos directos e indirectos que serán utilizados en el proyecto.

Pérdidas y ganancias

Aquí se muestra detalladamente las pérdidas y ganancias del proyecto en un período determinado. Proporciona información esencial sobre la rentabilidad y el desempeño financiero incluyendo elementos como ventas, costo de producción, costo de operación, utilidad bruta, gastos operativos, utilidad operativa y utilidad neta. Este estado es fundamental para evaluar el

rendimiento financiero, tomar decisiones fundamentadas y planificar estratégicamente el futuro del proyecto.

Tabla 48. Pérdidas y ganancias

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de ventas totales	\$97.200,00	\$98.512,20	\$99.842,11	\$101.189,98	\$102.556,05
Total, costo de producción (-)	\$24.344,08	\$24.672,72	\$25.005,80	\$25.343,38	\$25.685,52
Utilidad bruta	\$72.855,92	\$73.839,48	\$74.836,31	\$75.846,60	\$76.870,53
Total, costo de operación (-)	\$45.580,99	\$45.193,22	\$44.971,54	\$44.756,01	\$44.546,73
Utilidad neta	\$27.274,93	\$28.646,25	\$29.864,77	\$31.090,59	\$32.323,80
15% Utilidad a Trabajadores (-)	\$4.091,24	\$4.296,94	\$4.479,72	\$4.663,59	\$4.848,57
Utilidad antes de Imp. A la Renta	\$23.183,69	\$24.349,32	\$25.385,06	\$26.427,00	\$27.475,23
22% Impuesto a la Renta (-)	\$5.100,41	\$5.356,85	\$5.584,71	\$5.813,94	\$6.044,55
Utilidad antes de Reserva Legal	\$18.083,28	\$18.992,47	\$19.800,34	\$20.613,06	\$21.430,68
10% reserva legal (-)	\$1.808,33	\$1.899,25	\$1.980,03	\$2.061,31	\$2.143,07
Utilidad líquida del ejercicio	\$16.274,95	\$17.093,22	\$17.820,31	\$18.551,75	\$19.287,61

Nota: la tabla 48 detalla las pérdidas y ganancias para 5 años del hotel.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio sirve para conocer el nivel de ventas necesario para que la empresa pueda cubrir todos sus gastos, tanto fijos como variables, sin generar pérdidas ni ganancias. En este punto, los ingresos totales igualan a los costos totales, es decir, aquí se determina el volumen mínimo de ventas requerido para evitar pérdidas y a establecer objetivos de ventas realistas.

Punto de equilibrio Año 1:

$$CF = \$64.880,52$$

$$CV = \$5.044,55$$

$$VT = \$97.200,00$$

✓ En función de la capacidad instalada: Año 1

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable total}} * 100$$

$$PE = \frac{\$64.880,52}{\$92.155,45} * 100$$

$$PE = 70.40\%$$

✓ **En función de las ventas: Año 1**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$64.880,52}{1 - \frac{\$5.044,55}{\$97.200,00}}$$

$$\mathbf{PE = \$68.432,05}$$

Análisis: En el primer año, se alcanzará el Punto de Equilibrio cuando la empresa opere a una Capacidad Instalada del 70,40% y genere ingresos por ventas que totalicen \$68.432,05. Este es el nivel en el que la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias.

Punto de equilibrio: Año 3

$$\text{CF} = \$64.795,67$$

$$\text{CV} = \$5.181,67$$

$$\text{VT} = \$99.842,11$$

✓ **En función de la capacidad instalada: Año 3**

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable total}} * 100$$

$$\text{PE} = \frac{\$64.795,67}{\$94.660,44} * 100$$

$$\text{PE} = \mathbf{68,45\%}$$

✓ **En función de las ventas: Año 3**

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{PE} = \frac{\$64.795,67}{1 - \frac{\$5.181,67}{\$99.824,11}}$$

$$\text{PE} = \mathbf{\$68.342,56}$$

Análisis: en el año 3 se obtendrá el Punto de Equilibrio cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 68,45% y genere ingresos por ventas de \$68.342,56. Este es el nivel en el que la empresa no tendrá ni pérdidas ni ganancias.

Punto de equilibrio: Año 5

$$\text{CF} = \$64.909,72$$

$$\text{CV} = \$5.322,52$$

$$\text{VT} = \$102.556,05$$

✓ **En función de la capacidad instalada: Año 5**

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable total}} * 100$$

$$\text{PE} = \frac{\$64.909,72}{\$97.233,53} * 100$$

$$\text{PE} = \mathbf{66,76\%}$$

✓ **En función de las ventas: Año 5**

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{PE} = \frac{\$64.909,72}{1 - \frac{\$5.322,52}{\$102.556,05}}$$

$$\text{PE} = \mathbf{\$68.462,86}$$

Análisis: en el año 5 se obtendrá el Punto de Equilibrio cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 66,76% y genere ingresos por ventas de \$68.462,86. Este es el nivel en el que la empresa no tendrá ni pérdidas ni ganancias.

Flujo de caja

El flujo de caja permite anticipar y planificar las entradas y salidas de dinero en efectivo en un plazo determinado en este proyecto será para 5 años. De esta manera, se asegura tener los recursos necesarios para cubrir todos sus requerimientos de efectivo. Además, el flujo de caja funciona como un indicador que ayuda a la empresa a monitorear y controlar sus ingresos y gastos en un dicho periodo.

Tabla 49. Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos de ventas totales		\$97.200,00	\$98.512,20	\$99.842,11	\$101.189,98	\$102.556,05
+ Capital propio	\$46.941,74					
+ Crédito (5 años)	\$30.000,00					
+ Valor residual						\$2.258,23
= Total, ingresos	\$76.941,74	\$97.200,00	\$98.512,20	\$99.842,11	\$101.189,98	\$104.814,28
Egresos						
+ Activos fijos	\$14.262,16					
+ Activos diferidos	\$2.100,00					
+ Activo circulante	\$60.579,58					
+ Costo total de producción		\$24.344,08	\$24.672,72	\$25.005,80	\$25.343,38	\$25.685,52
- Depreciación Activos Fijos y Amortización de Activos Diferidos		\$3.150,98	\$2.990,98	\$2.990,98	\$2.990,98	\$2.990,98
+ 15% Utilidad a Trabajadores		\$4.091,24	\$4.296,94	\$4.479,72	\$4.663,59	\$4.848,57
+ 22% Impuesto a la Renta		\$5.100,41	\$5.356,85	\$5.584,71	\$5.813,94	\$6.044,55
+ Amortización del préstamo		\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
= Total, egresos	\$76.941,74	\$36.384,75	\$37.335,53	\$38.079,25	\$38.829,93	\$39.587,66
Flujo de caja		\$60.815,25	\$61.176,67	\$61.762,86	\$62.360,05	\$65.226,62

Nota: la tabla 49 detalla el flujo de caja para 5 años.

7.5 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es muy importante, pues permite determinar la factibilidad del proyecto, es decir, si el proyecto es factible o no, y consta de los siguientes indicadores financieros:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Relación Beneficio Costo (RCB)

- Periodo de Recuperación de capital (PRC)
- Análisis de Sensibilidad

Valor actual neto

El valor actual neto permite determinar si el proyecto es viable o no. Para calcular el Valor Actual Neto (VAN), se necesita el factor de descuento, que se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Interpretación:

- El Valor Actual Neto (VAN) positivo indica que el proyecto generará ingresos superiores a los costos, lo que implica que, a mayor magnitud del VAN positivo, mayor será la rentabilidad asociada al proyecto.
- Si el VAN es cero, significa que no se está generando ni pérdidas ni ganancias adicionales.
- Un Valor Actual Neto (VAN) negativo indica que el proyecto podría no ser económicamente viable, dado que los ingresos generados son insuficientes para cubrir tanto los costos como la tasa de descuento exigida.

$$\text{VAN} = \Sigma \text{ flujos netos actualizados} - \text{inversión}$$

Capital financiado	\$30.000,00
Capital propio	\$46.941,74
Tasa de interés activa	0,113
Tasa de interés pasiva	0,065
Costo de oportunidad	0,089

Tabla 50. Valor Actual Neto.

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	\$76.941,74		
1	\$60.815,25	0,9184	\$55.850,17
2	\$61.176,67	0,8434	\$51.595,26
3	\$61.762,86	0,7745	\$47.836,94
4	\$62.360,05	0,7113	\$44.356,21
5	\$65.226,62	0,7113	\$46.395,18
TOTAL			\$246.033,77
INVERSION			\$76.941,74
VAN			\$169.092,03

Nota: la tabla 50 detalla el valor actual neto proyectado para 5 años

Análisis: con una tasa de descuento del 8.89% el resultado del VAN es de \$169.092,03, lo cual demuestra que el proyecto tiene un alto potencial de generar ganancias, ya que, al ser el VAN positivo, quiere decir que los ingresos esperados superan el costo de la inversión, por lo que se debe aceptar la ejecución del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para determinar este valor, se ha considerado una tasa mínima y una tasa máxima, lo que genera un resultado negativo y permite obtener los valores del Valor Actual Neto mínimo y máximo necesarios para calcular la Tasa Interna de Retorno.

Interpretación:

- Si la TIR es mayor que la tasa de descuento requerida, el proyecto se considera aceptable.
Cuanto mayor sea la TIR, mayor será la rentabilidad del proyecto.
- Si la TIR es menor que la tasa de descuento, el proyecto no será rentable.
- Si la TIR es igual a la tasa de descuento, será indiferente.

Tabla 51. Tasa Interna de Retorno

PERIODO	FLUJO DE CAJA	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 80,50%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 81,50%	VAN MAYOR
0	\$76.941,74				
1	\$60.815,25	0,55	\$33.692,66	0,55	\$33.507,02
2	\$61.176,67	0,31	\$18.777,23	0,30	\$18.570,88
3	\$61.762,86	0,17	\$10.502,57	0,17	\$10.329,93
4	\$62.360,05	0,17	\$10.692,61	0,09	\$5.746,45
5	\$65.226,62	0,05	\$3.404,39	0,05	\$3.311,63
TOTAL			\$77.069,46		\$71.465,93
			\$127,72		-\$5.475,81

Nota: la tabla 51 muestra la tasa interna de retorno.

Formula:

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

$$TIR = 80,50 + 1 \left(\frac{127,72}{127,72 - (-5.475,81)} \right)$$

$$TIR = 80,50 + 1 \left(\frac{127,72}{5603,53} \right)$$

$$TIR = 80,50 + 0,02$$

$$TIR = 80,52$$

Análisis: el cálculo nos da como resultado una tasa interna de retorno del 80,52%, lo que significa que es mayor que el costo de oportunidad del capital, por lo cual el proyecto debe aceptarse, es decir, el proyecto generará rendimientos significativos sobre la inversión inicial.

Relación beneficio costo (RBC)

La relación beneficio costo, permite conocer el tiempo en que se recuperará la inversión.

Interpretación:

- Si la RBC es mayor que 1, quiere decir que los beneficios esperados superan los costos, lo que se considera favorable.
- Si la RBC es igual a 1, los beneficios son iguales a los costos.
- Si la RBC es menor que 1, significa que los beneficios no justifican los costos, lo que se considera menos favorable.

Tabla 52. Relación beneficio - costo

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO
0						
1	\$36.384,75	0,89	\$32.486,38	\$97.200,00	0,89	\$86.785,71
2	\$37.335,53	0,80	\$29.763,66	\$98.512,20	0,80	\$78.533,32
3	\$38.079,25	0,71	\$27.104,06	\$99.842,11	0,71	\$71.065,65
4	\$38.829,93	0,64	\$24.677,12	\$101.189,98	0,64	\$64.308,06
5	\$39.587,66	0,57	\$22.463,10	\$104.814,28	0,57	\$59.474,44
			\$136.494,33			\$360.167,18

Nota: la tabla 52 muestra la relación beneficio - costo.

Formula:

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{\$360.167,18}{\$136.494,33}$$

$$R (B/C) = 2,64 \text{ Dólares}$$

Análisis: la relación Beneficio Costo del proyecto es de \$2,64 dólares, lo que significa que el beneficio es mayor que el costo; que por cada dólar invertido se obtendrá 1,64 dólares de rentabilidad; y, que el proyecto sí es rentable.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

El periodo de recuperación de capital se define como el lapso requerido para recuperar la inversión inicial mediante los flujos de efectivo generados por el proyecto.

Interpretación:

- El PRC representa la cantidad de tiempo necesaria para recuperar completamente la inversión inicial del proyecto.
- Cuanto menor sea el PRC, más rápido se recupera la inversión.

Tabla 53. Periodo de recuperación del capital.

PERIODO	INVERSION	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0			
1	\$76.941,74	\$60.815,25	
2		\$61.176,67	\$121.991,92
3		\$61.762,86	\$183.754,78
4		\$62.360,05	\$246.114,83
5		\$65.226,62	\$311.341,45
		\$311.341,45	

Nota: la tabla 53 muestra el periodo de recuperación del capital.

Formula:

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inv.} + \frac{\sum \text{Flujos que superan la inversión} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 1 + \frac{\$121.991,92 - \$76.941,74}{\$61.176,67}$$

$$PRC = 1,74$$

AÑOS	1,74	1	Años
MESES	0,74*12	9	Meses
DIAS	0,88*30	26	Días

Sensibilidad

La sensibilidad sirve para evaluar que tan sensible es el proyecto a posibles cambios, como el aumento de los costos y la reducción de los ingresos, es decir, permite evaluar cuán vulnerable es el proyecto a dichas variaciones y tomar medidas adecuadas para mitigar sus efectos.

Interpretación:

- Si el coeficiente, es mayor a 1 el proyecto es sensible ante las variaciones
- Si el coeficiente, es igual a 1 el proyecto las variaciones no afectan al proyecto.
- Si el coeficiente, es menor a 1 el proyecto no es sensible antes las variaciones

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 55,40% EN LOS COSTOS

Tabla 54. Análisis de sensibilidad en los costos

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL ORIGINAL	ORIGINAL 55,40%	TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 44,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 45,00%	VAN MAYOR
0	\$76.941,74							
1	\$36.384,75	\$56.541,90	\$97.200,00	\$40.658,10	0,69444	\$28.234,79	0,68966	\$28.040,07
2	\$37.335,53	\$58.019,41	\$98.512,20	\$40.492,79	0,48225	\$19.527,77	0,47562	\$19.259,35
3	\$38.079,25	\$59.175,16	\$99.842,11	\$40.666,96	0,33490	\$13.619,28	0,32802	\$13.339,44
4	\$38.829,93	\$60.341,71	\$101.189,98	\$40.848,27	0,23257	\$9.500,00	0,22622	\$9.240,63
5	\$39.587,66	\$61.519,22	\$104.814,28	\$43.295,05	0,16151	\$6.992,39	0,15601	\$6.754,58
TOTAL						77.874,24		76.634,07
						932,50		-307,67

NUEVA TIR

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM}$$

$$TIR = 44 + 1 \frac{932,50}{932,50 - (-307,67)}$$

$$TIR = 44 + 1 \frac{932,50}{1240,17}$$

$$TIR = 44 + 1 \cdot 0,751914348$$

$$TIR = 44 \cdot 0,751914348$$

$$TIR = \mathbf{44,75}$$

TIR RESULTANTE

$$TIR = TIR O - N TIR \quad 44,75$$

$$TIR = 80,52$$

$$TIR = 35,77$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \frac{TIR R}{TIR O} \quad 100$$

$$\%V = \frac{35,77}{80,52} \quad 100$$

$$\%V = 44,42$$

VALOR DE SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\%V}{N TIR}$$

$$S = \frac{44,42}{44,75}$$

$$S = \mathbf{0,99}$$

Análisis: el proyecto resiste un incremento de los costos del 55.40%; es decir, si el costo se incrementa con un porcentaje mayor a este valor, los cambios afectarán la rentabilidad del proyecto de inversión.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 160% EN LOS INGRESOS

Tabla 55. Análisis de sensibilidad en los ingresos

PERIODO	INGRESO	INGRESO TOTAL	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	160,00%	ORIGINAL	NETO	12,50%	MENOR	13,50%	MAYOR
0			\$76.941,74					
1	\$97.200,00	\$58.320,00	\$36.384,75	\$21.935,25	0,88889	\$19.498,00	0,88106	\$19.326,21
2	\$98.512,20	\$59.107,32	\$37.335,53	\$21.771,79	0,79012	\$17.202,40	0,77626	\$16.900,61
3	\$99.842,11	\$59.905,27	\$38.079,25	\$21.826,02	0,70233	\$15.329,11	0,68393	\$14.927,49
4	\$101.189,98	\$60.713,99	\$38.829,93	\$21.884,06	0,62430	\$13.662,11	0,60258	\$13.186,95
5	\$104.814,28	\$62.888,57	\$39.587,66	\$23.300,91	0,55493	\$12.930,35	0,53091	\$12.370,68
TOTAL						78621,97		76711,95
						1680,23		-229,79

NUEVA TIR		
TIR=	$T_m + D_t$	$\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M}$
TIR=	68+1	$\frac{1680,23}{165,22 - (-780,51)}$
TIR=	68+1	$\frac{1680,23}{1910,02}$
TIR=	68+1	0,873690384
TIR=	44	0,873690384
TIR=	44,88	

TIR RESULTANTE		
TIR=	TIR O-N TIR	
TIR=	80,52	44,88
TIR=	35,64	
PORCENTAJE DE VARIACIÓN		
%V=	$\frac{TIR R}{TIR O}$	100
%V=	$\frac{35,64}{80,52}$	100
%V=	44,26	

VALOR DE SENSIBILIDAD	
S=	$\frac{\%V}{NTIR}$
S=	$\frac{44,26}{44,88}$
S=	0,99

Análisis: el proyecto no es sensible hasta una disminución de los ingresos del 160%.

8 CONCLUSIONES

- El estudio de mercado permitió determinar la oferta y la demanda existente para un hotel para mascotas en el cantón Loja. Este análisis reveló que existe un interés significativo por parte de los dueños de mascotas en utilizar servicios de hospedaje y cuidado especializado; y una demanda insatisfecha de 24.103 servicios por cubrir.
- Mediante el estudio técnico se definió la capacidad instalada para atender a las mascotas anualmente, siendo esta de 25.920 mascotas; y la capacidad utilizada de 6.480 mascotas atendidas al año, con lo que se estaría cubriendo el 25% de la capacidad instalada.
- Con el estudio administrativo se procedió a definir su estructura legal, estableciéndose que el hotel será constituido como una empresa unipersonal, con una razón social de “Hotel para Firulais” que prestará servicios de hospedaje y cuidado integral para mascotas.
- En el estudio económico se pudo determinar la inversión necesaria para que el Hotel pueda empezar a operar, siendo esta inversión de \$76.941,74 dólares, que será financiada con un 61% de capital propio; y un 39% con un crédito en una entidad financiera a 5 años plazo.
- Mediante la evaluación financiera se pudo determinar los indicadores financieros como: el valor actual neto de \$169.092,03 positivo, la tasa interna de retorno de 80,52% que significa que es mayor el costo de oportunidad del capital, la relación beneficio costo de \$2,64 dólares, el periodo de recuperación de capital se recuperaría en el tiempo de 1 año, 9 meses y 26 días, el análisis de sensibilidad indica que el proyecto es sensible a un incremento del 55,40% en los costos y a una disminución del 160% en los ingresos, con este análisis se tiene una visión clara de los riesgos y oportunidades asociados con el proyecto.
- Finalmente, por los resultados obtenidos se puede concluir en que la implementación de un hotel para mascotas es rentable y sostenible a largo plazo, y que puede generar beneficios económicos significativos, así como también puede satisfacer una necesidad creciente en la comunidad local.

9 RECOMENDACIONES

- Llevar a cabo la implementación del proyecto, pues por los resultados obtenidos es rentable y factible su ejecución.
- Desarrollar una estrategia de marketing integral que incluya la promoción del hotel a través de redes sociales, publicidad local y colaboraciones con veterinarias y tiendas de mascotas.
- Implementar un plan de desarrollo organizacional que contemple la contratación de personal calificado y la capacitación continua en el manejo y cuidado de mascotas.
- Establecer un plan financiero que contemple no solo la inversión inicial, sino también un fondo de contingencia para cubrir imprevistos durante los primeros meses de operación.

10 BIBLIOGRAFIA

- Araya, S. (22 de febrero de 2024). *Nubox Qué es costo fijo y costo variable*. Obtenido de <https://blog.nubox.com/empresas/que-es-costo-fijo-y-costo-variable#:~:text=Los%20costos%20fijos%20son%20todo,de%20sus%20niveles%20de%20pr>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Barrios, L., & Miranda, M. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un hotel para mascotas (perros y gatos) en la ciudad de Cartagena (Titulo Administración empresas; Universidad de Cartagena)*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11227/5512>
- BBVA. (7 de junio de 2024). *Qué es un financiamiento*. Obtenido de <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/f/financiamiento.html#:~:text=El%20financiamiento%20es%20el%20proceso,recursos%20aportados%20por%20sus%20inversionistas>.
- Brume, M. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa.
- Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Chiveato, I. (2011). *Administración de los recursos humanos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- DocuSign. (16 de septiembre de 2022). *Qué son los costos operativos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.docuSign.com/es-mx/blog/costos-operativos>

- Duvergel, Y., & Argota, L. (2017). Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos. *3C Tecnología*, 6(4), 50. Obtenido de <https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Edenred, E. (11 de enero de 2023). *Costos directos: qué son y cómo eficientarlos en tu empresa*. Obtenido de <https://www.edenred.mx/blog/costos-directos-que-son-y-como-eficientarlos-en-tu-empresa>
- Editorial. (19 de 1 de 2019). *Botanical*. Obtenido de <https://www.botanical-online.com/animales/mascotas-tipos>
- Espejo, L., & López, G. (2018). *Contabilidad General*. Loja: EDILOJA Cía. Ltda.
- Factoro. (16 de marzo de 2023). *Qué son los activos diferidos y qué importancia tienen para tus finanzas*. Obtenido de <https://factoro.mx/blog/que-son-los-activos-diferidos-y-que-importancia-tienen-para-tu-informacion-financiera/#:~:text=Los%20activos%20pueden%20ser%20tangibles>
- García, J. (2008). *Contabilidad de Costos*. México: Mcgraw - Hill Interamericana.
- Godoy, F. (15 de Septiembre de 2022). *Tesis Y Másters*. Obtenido de <https://tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/>
- Gómez, M. (28 de 6 de 2023). *Hubspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta#que>
- Guerra, A. (2017). *Plan de negocios para la creación de un hotel canino en el Distrito Metropolitano de Quito (Título de ingeniero; Universidad de las Américas)*. Repositorio digital. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6761>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hotelería, D. d. (30 de 3 de 2023). *Les Roches*. Obtenido de <https://lesroches.edu/es/diccionario-de-hoteleria-turismo/hotel/>

- Jaimes, L., & Barreto, J. (2018). *Estudio de la Factibilidad para la Creación de un Hotel para Mascotas Caninas en la Ciudad de Cúcuta Norte de Santander (Título ingeniería; Universidad libre)*. Repositorio institucional unilibre. Obtenido de <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. México: Mcgraw-Hill Internamericana.
- Mata, L. (28 de Mayo de 2019). *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM editores.
- Mondragon, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Fondo editorial Areandino.
- Morales, J., & Arturo, M. (2009). *Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Muguirra, A. (18 de Noviembre de 2015). *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercados/>
- Narvaez, M. (3 de Octubre de 2022). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/>
- Narvaez, M. (6 de Abril de 2023). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-inductivo/>
- Ortega, C. (3 de agosto de 2021). *Método analítico: Qué es, para qué sirve y cómo realizarlo*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-analitico/>
- Ortega, C. (20 de mayo de 2023). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-observacion/>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de investigación Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación.

Secretaria de Cultura, R. y. (2024). *Bogotanitas*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/biodiverciudad/las-mascotas>

SendPulse. (2024). *Qué son los costos indirectos*. Obtenido de <https://sendpulse.com/latam/support/glossary/indirect-costs#:~:text=Los%20costos%20indirectos%20son%20aquellos,determinada%20etapa%20productiva%2>

Velázquez, A. (3 de septiembre de 2019). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/diferencia-entre-poblacion-y-muestra/>

11 ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para la encuesta (demanda).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL PARA MASCOTAS

Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para ofrecer el servicio de un hotel para mascotas, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta, marcando con una “X” la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una opción.

De antemano, muchas gracias por su ayuda.

1. ¿Tiene usted mascota?

- SI
- NO

2. Si sale de vacaciones ¿Qué hace con su mascota?

- Lo deja con un familiar
- Lo deja en casa
- Lo lleva con usted

3. ¿Cuál es el mayor problema al dejar su mascota sola durante el día?

- Rompe y daña las cosas de su hogar
- Llora y ladra
- Se estresa

4. ¿Conoce usted qué es un Hotel para mascotas?

- SI
- NO

5. ¿Usted utiliza un Hotel para su mascota?

- SI
- NO

6. ¿Usualmente cuantas veces usted necesitaría mensualmente el servicio de un hotel para su mascota?

- 1 a 3 veces
- 4 a 6 veces

7. ¿Qué tan necesario considera la creación de un hotel para mascotas en la ciudad de Loja?

- Muy necesario
- Poco necesario
- Nada necesario

8. ¿En caso de implementarse un hotel para mascotas usted estaría dispuesto en utilizar los servicios?

- SI
- NO

9. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se diera a conocer el servicio del hotel para mascotas?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Tik Tok

10. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el servicio de hospedaje para su mascota?

- \$20
- \$15
- \$10

11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el hotel para mascotas?

- Baño y Peluquería
- Entrenamiento
- Transporte

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Cuestionario para la encuesta (oferta).

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UN HOTEL PARA MASCOTAS**

Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para ofrecer el servicio de un hotel para mascotas, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta, marcando con una “X” la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una opción.

De antemano, muchas gracias por su ayuda.

1. ¿Ofrece el servicio de hotel para mascotas?

- SI
- NO

2. ¿Cuántos huéspedes tiene mensualmente?

- 10 - 20 huéspedes
- 20 - 30 huéspedes
- 30 - 40 huéspedes
- 40 - 50 huéspedes

3. ¿Cuál es el costo de la estadía?

- \$10
- \$15
- \$20
- Más de \$20

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Certificación de traducción del resumen

Licenciada

Maria Verónica Robles Benavides

PERITO TRADUCTORA DE LA FUNCIÓN JUDICIAL

CERTIFICO:

Que el documento aquí adjunto es fiel traducción del idioma español al inglés del trabajo de integración curricular denominado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN HOTEL PARA MASCOTAS EN EL CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA", de la estudiante NARCISA IRENE ABAD GIRON con cédula de Identidad número 1103781900, egresada de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifico en honor a la verdad y autorizo a la interesada a dar al presente el uso de su conveniencia.

Loja, octubre 10 de 2024



Verónica Robles B.
Perito Traductora
N° de Calificación: 12279474
CONSEJO DE LA JUDICATURA