



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TITULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS
CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previa a la obtención de
Grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA

Gabriela Zambrano Masache.

DIRECTORA DE TESIS

Ing. MAE. Rocío Toral Tinitana

Loja -Ecuador.

2015



CERTIFICACIÓN

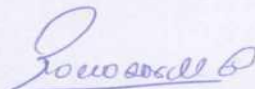
ING. ROCIO DEL CARMEN TORAL TINITANA, MAE. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS. DIRECTORA DE TESIS.

CERTIFICA:

Que el trabajo investigativo intitulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**, de la aspirante Sra. Gabriela de los Ángeles Zambrano Masache, ha sido dirigido y revisado durante su proceso de desarrollo y al momento se encuentra actualizado y concluido dentro de su planificación establecida, bajo las normas estipuladas en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad para efectos de graduación; por tanto autorizo su presentación para los trámites legales correspondientes.

Es todo cuanto puedo certificar, facultando a la interesada hacer uso del presente para los fines legales pertinentes.

Loja, Agosto del 2015.



MAE. Rocio Toral Tinitana

DIRECTORA DE TESIS

MAE. Rocio Toral Tinitana

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Gabriela Zambrano declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

FIRMA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gabriela Zambrano', with a horizontal line drawn through it.

AUTORA: Gabriela Zambrano

CÉDULA: 1104591092

FECHA: Loja, agosto de 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA DE REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO


Yo, Gabriela Zambrano, declaro ser autora de la tesis titulada “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA**”, como requisito para optar el grado de **INGENIERA COMERCIAL**; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional

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

La universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 07 días del mes de agosto del dos mil quince, firma la autora.

Firma:



Autor: Gabriela de los Ángeles Zambrano Masache

Cedula: 1104591092

Dirección: Cdla. Colinas del Pucará

Correo Electrónico: gzambrano21@hotmail.com

Teléfono: 2103665

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Mg. Sc. Roció Toral Tinitana.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Manfredo Jaramillo Luna.

VOCAL: Ing. Ney Alfredo Gallardo

VOCAL: Ing. Mauricio León Pineda.

AGRADECIMIENTO

Una vez culminados mis estudios superiores, quiero dejar mi especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a su personal docente quien, a través de los años de estudios y preparación me ha sabido inculcar los conocimientos necesarios en la carrera de Administración de Empresas, así también a su personal administrativo en razón que es el complemento para brindar una Educación Superior de calidad.

Así mismo dejo constancia de mi agradecimiento a todas las personas que han estado a mi lado y me han apoyado en esta ardua tarea de educación, en especial a la Ing. Rocío Toral Tinitana, quien fue un pilar fundamental para el desarrollo del mismo.

La Autora

DEDICATORIA

Con el más noble sentimiento deo constancia de mi agradecimiento y gratitud sincera:

A Dios por su infinita bondad y amor y haberme dado la sabiduría para lograr mis objetivos y culminar con éxito mi carrera.

A mi madre, hermana, esposo y a mi adorado hijo que han sabido apoyarme en todo momento a lo largo de mi formación, *por sus consejos, sus valores y por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.*

A todos y cada uno de mis seres queridos, en especial a mis abuelitos TELMO y CELIA quienes han sido fuente de inspiración en mi vida, por sus ejemplos de perseverancia y constancia y a todas aquellas personas que contribuyeron de una u otra forma en la construcción de mi perfil profesional.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Gabriela Zambrano Masache

a. TITULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal: Efectuar el Proyecto de factibilidad para la implementación de un albergue de mascotas canicas. Y el análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los objetivos específicos: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico, financiero y finalmente la evaluación del proyecto.

Para el estudio de la investigación se utilizó la siguiente metodología: el método deductivo permitió obtener conclusiones válidas determinando si es viable o no la creación del proyecto, el método inductivo permitió la aplicación de las encuestas las que arrojaran información para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas que poseen mascotas caninas y el método descriptivo analítico este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación.

En los resultados se aplicó 397 encuesta tanto a los demandantes y oferentes de la Ciudad de Loja para determinar la aceptación del servicio en el mercado. Dentro de la discusión se realizó el estudio de mercado donde se estableció las demanda potencial con un porcentaje de 100%, efectiva con el 76% y real con el 21%; posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación del precio, plaza y publicidad del servicio;

En el estudio técnico se detalla el tamaño y localización de la planta; En el estudio administrativo y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, la constitución, organización y los manuales de funciones.

En el estudio financiero se señala la inversión necesaria para poder implementar el proyecto la misma que es de \$14.346,40 dólares.

Finalmente se realizó la evaluación para lo cual se analizó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$ 35486,74; Tasa Interna de Retorno de 53,28%; Relación Beneficio Costo es de 1,46 por cada dólar invertido la empresa gana 0.46 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 43 meses y 9 días; Análisis de Sensibilidad con el incremento de los costos de 23,70% y con una disminución de ingresos del 30% por lo tanto este proyecto es factible cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

SUMMARY

This research's main objective: Perform Project feasibility of implementing a shelter pet marbles. And the complete analysis of the project requires the implementation of specific objectives: market research, technical study, administrative and legal study, economic, financial study and finally evaluation.

To study the following research methodology was used: the deductive method yielded valid conclusions by determining whether it is viable or not the creation of the project and the analytical descriptive method this method was used during the development of the entire investigation.

In a survey results are applied to both buyers and sellers of the City of Loja to determine the acceptance of service on the market. Within the discussion the market study was established where demand ; being able to obtain the unsatisfied demand, then the marketing plan, pricing, place and advertising service is set; The technical study the size and location of the plant is detailed; In the administrative and legal study of determine the company provides business group, the constitution, organization and functions manuals.

In the financial investment necessary study notes to implement the project the same which is \$14.346,40

Finally the assessment for which the following indicators were analyzed was made: Net Present Value of \$. 35486,74 ; Internal Rate of Return of 53,28%;

Benefit Cost Ratio is 1,46 for every dollar the company earns \$ 0.46 cents; Capital Recovery Period is 43 month and 9 days; Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in the cost of 23,70% and the sensitivity analysis on the decline in revenues 30%, therefore this project is feasible, the conclusions and recommendations so determined, accompanied by the bibliography consulted with their respective attachments.

c. INTRODUCCIÓN

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se abordaron los siguientes objetivos como son:

Un Resumen donde se habla de las partes más importantes de todo a la investigación realizada, en la revisión de literatura se encuentra los conceptos generalizados del tema planteado.

Los materiales y métodos utilizados como: materiales los suministros de oficina y equipos de oficina; y métodos de investigación: Método descriptivo - analítico: Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación; Método inductivo: Este método me sirvió como apoyo para definir el grado de aceptación del segmento de la población encuestada y la percepción del usuario frente a la adquisición del servicio; y el Método deductivo: permitió obtener conclusiones válidas para determinar si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno dónde se ubica la empresa.

En la exposición de resultados se procedió a redactar los referentes del servicio a ofrecer, así como también se describió y realizó el estudio de mercado, el

mismo que sirvió para realizar el análisis de demanda del servicio en la Ciudad de Loja, a través de encuestas directas aplicadas a los usuarios, de cuyos análisis se logró la cuantificación de la demanda, obteniendo así la oportunidad en el mercado, además se determinó la posibilidad del proyecto en el mercado, los canales de comercialización, precios y publicidad.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procedió a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta, se adquirió tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se propone la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la empresa.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determina las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos en donde indica que el proyecto es rentable.

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formuló las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

HISTORIA DE LOS CANES Y SU DOMESTICACION

Es posible que, en vez de que el hombre haya domesticado al perro, los perros se hayan domesticado espontáneamente, escogiendo vivir cerca de los hombres, aunque la teoría más aceptada y extendida sobre su origen es que el perro proviene del lobo. Esta teoría plantea que, hace al menos 14000 años, el hombre consiguió domesticar a ejemplares de lobos para que le ayudara en la caza y en la defensa del grupo y de su morada. Poco a poco, al igual que se hizo y se hace con otras especies, se le fue adaptando a las necesidades del hombre creando diferentes razas para las distintas labores y características ambientales y geográficas.

El hombre se dio cuenta rápidamente de los finos sentidos del olfato y el oído que poseía el perro -(su olfato es unas mil veces más potente que el nuestro y su oído es capaz de percibir sonidos muy por debajo y por encima del rango que oímos los humanos)-, y de su utilidad para la caza y las labores de guarda. El vínculo que los seres humanos mantenemos con los animales es muy estrecho, no obstante, nuestro enfoque antropocéntrico y utilitarista ha ocasionado que los veamos como simples objetos. Dependemos de los animales de muchas maneras y estamos tan acostumbrados a servirnos de ellos que nos rehusamos, quizás de manera inconsciente, a reconocer que son

seres vivos como nosotros, capaces de sentir y de experimentar dolor y sufrimiento.

Nuestra poco amigable manera de relacionarnos con otras especies, está causando estragos profundos y provocando que el mundo tal y como lo hemos conocido hasta ahora, empiece a cambiar aceleradamente.

Los refugios de animales son centros que utilizan sus recursos para cuidar y proteger a los animales, mientras les buscan un hogar permanente junto a dueños responsables. Muchos de estos animales son perros y gatos que han sido abandonados o maltratados. Los refugios usualmente están bajo el cargo de voluntarios que dedican su tiempo al cuidado de los animales y a difundir información sobre ellos. Su único objetivo es evitar que continúe la sobrepoblación de perros y gatos sin hogar.

Albergue

El sinónimo más utilizado para “organización proanimal” es refugio. Y es que la mayoría de las personas que quieren ayudar a los animales tienen uno. Entonces, ¿por qué Amigalitos no cuenta con refugio?

La situación de cada albergue o refugio es muy complicada, tanto en infraestructura y hacinamiento como en mantenimiento. Con esto no solo me refiero a costos; también debe haber gente dispuesta y comprometida a estar

día a día, de lunes a domingo, limpiando y cuidando a los animalitos, dándoles de comer, cambiándoles el agua varias veces al día, jugando con ellos, sociabilizándolos, sacándolos a pasear y estando pendiente de todo. Además todos los costos que ello implica: espacio (un¹ lugar), comida para decenas de animales, pagar arriendo, luz, agua, exámenes veterinarios, insumos veterinarios, material de aseo, veterinarios a tiempo completo, fumigar constantemente el lugar, caniles o gateras para albergar a todos los animalitos y montones de voluntarios que quisieran ayudar de modo altruista. Todo eso sin contar con que el lugar debe estar alejado de las demás casas para no tener problemas con los vecinos por los ruidos, malos olores o focos de enfermedades, ya que no todos los huéspedes llegarán sanos.

Albergues en el Ecuador

A pesar de que no se puede determinar cuántos perros y gatos hay en la ciudad de Machala, si se puede identificar sectores vulnerables del norte y sur de la ciudad y la parroquia Puerto Bolívar, donde existen de 4 a 8 perros por familia, según el Movimiento Conciencia Animal (MCA).

Los jóvenes integrantes de esta agrupación intentan frenar la sobrepoblación canina mediante campañas de esterilización.

Kelvin Calderón, dijo que la única cifra que tiene como referencia es la de un control realizado en los barrios González Rubio, Florida sector 1 y Florida

¹ <http://amigalitos.org/wp/tenenciaresponsable/%C2%BFpor-que-no-tener-un-refugio>

sector 2, donde se determinó que hay 8 perros por cada familia, lo cual consideran una cantidad alarmante.

En la última campaña de esterilización canina y felina, realizada hace más de 20 días, el movimiento logró operar a 120 mascotas. Las esterilizaciones estuvieron a cargo de médicos veterinarios de Quito. “En los sectores suburbanos se observa mucho esta problemática, pues las perritas tienen entre 6, 7 y 8 cachorros que luego son abandonados o sacrificados”, explicó.

El dirigente, añadió que MCA busca apoyo para la construcción de un albergue para perros en el kilómetro 15 vías a Balosa y la adecuación de un cementerio canino, pues cuando mueren estos animales son arrojados en canales.

Carmen Reyes, vive en las riberas del canal El Macho, que atraviesa el norte de Machala, y asegura que por el lugar se encuentran perros y gatos muertos que contaminan el sector. “Los perros a veces son atropellados y los vienen a botar aquí al canal. Ya ha habido enfermedades por los malos olores”, dijo la ciudadana.

Amigos con cola es un refugio para mascotas que tiene su sede en Guayaquil

Paso a paso Toby recorre la acera de su hogar provisional. Cada vez que un carro se acerca levanta sus orejas negras en señal de alerta. El cariñoso y

obediente dálmata está de nuevo en proceso de adopción. A sus tres años ha pasado por dos hogares. Cuando sus primeros dueños sintieron que no podían cuidarlo más, contactaron a Carmen Estarellas, miembro del grupo Amigos con cola, que ayuda a perros y gatos a buscar un nuevo hogar. Ella lo acogió, para luego dárselo a un marino. En una visita de control, Estarellas vio a Toby lleno de garrapatas, encerrado en el patio junto a un baño sucio. “Lo traje con el permiso de una señora que lo cuidaba porque el marino no pasaba allí”. Javier Cevallos –miembro del grupo de ayuda- cree que los refugios son para los perros como un orfanato para un niño, ambos necesitan una familia con quien vivir. En la casa Amigos con cola hoy hay 36 perros y 50 gatos. Toby es uno de ellos. Para conseguirles dueño publican sus fotos y características en www.amigosconcola.blogspot.com. Luego de analizar a los candidatos, el nuevo dueño firma un contrato en el que se compromete, entre otras cosas, a alimentar y esterilizar a la mascota. Son las 10:00 y dos cocineras preparan la comida para los animales. Una olla grande guarda un cargamento de menudencias. Las hornillas se encienden y el olor a pollo se mezcla con el del pelaje de los perros. Todo gasto que genera la casa lo pagan los miembros del grupo. No pueden recibir donaciones porque no es una fundación. Para concretar el trámite deben pagar USD 4 dolares. A menudo llegan personas en busca de alguna mascota. Denisse, junto a dos amigas, acarician a Pulgón, Preciosa, Chica mala, Payaso y Torito. Comienzan en el patio trasero donde hay unos 12 canes. Luego van al cuarto donde están los perros mayores. Debajo de un escritorio se esconde Payaso, el perro alfa. Terminan en el patio

frontal que se divide en dos, a la izquierda gatos y a la derecha perros. Allí está Pulga, una mestiza de dos años, recogida cuando era una cachorra. Es la única de su camada que no encontró hogar. Parece de ascendencia collie, es rubia y un collar blanco bordea su cuello. Pulga recibe a la visita con saltos de emoción.

PROYECTOS DE INVERSION

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

IMPORTANCIA:

La importancia de un proyecto de inversión radica en la búsqueda de necesidades y nuevas oportunidades en el medio con la finalidad de buscar nuevas formas de satisfacer las mismas permitiendo desarrollar proyectos a fin de crear nuevas fuentes de trabajo.

OBJETIVO DE UN PROYECTO

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

FASES DE UN PROYECTO DE INVERSION:

Un proyecto está compuesto por cinco fases las mismas que se mencionan a continuación:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Organizacional y Legales
- ✓ Estudio Financiero
- ✓ Evaluación Financiera

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una a otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

La importancia del estudio de mercado es proveer un marco teórico que permita:

- Explicar el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión.

- Evaluar el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta.
- Facilitar la valoración de los beneficios y costos del proyecto.²

Objetivos

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer
3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta.

² <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos revelará información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.¹

Análisis de la demanda: Es la cantidad en unidades de bienes o servicios que estando o no en el mercado, se necesitan para el consumo de la comunidad, con el propósito de satisfacer una necesidad, con un precio determinado, así como en un tiempo establecido.³

Demanda Potencial: La demanda potenciales un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas.

Demanda Real: Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios

Demanda Efectiva: Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio

³www.mailxmail.com

dato. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre demanda global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores producción y empleo están en equilibrio.

Demanda insatisfecha: Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada.

Análisis de la Oferta: El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requiere. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir, nuestra competencia.⁴

Estrategias de Marketing

Las estrategias de Marketing, también conocidas como Estrategias de Mercadotecnia, Estrategias de Mercadeo o Estrategias Comerciales, consisten

⁴www.mailxmail.com

en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

Ejemplos de objetivos de marketing pueden ser: captar un mayor número de clientes, incentivar las ventas, dar a conocer nuevos productos, lograr una mayor cobertura o exposición de los productos, etc.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones del marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar, debemos analizar nuestro público objetivo para que, en base a dicho análisis, podamos diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

Pero al diseñar estrategias de marketing, también debemos tener en cuenta la competencia (por ejemplo, diseñando estrategias que aprovechen sus debilidades, o que se basen en las estrategias que les estén dando buenos resultados), y otros factores tales como nuestra capacidad y nuestra inversión.

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: estrategias para el producto, para el precio, para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación). Conjunto de elementos conocidos como las 4 Ps o la Mezcla (o el Mix) de Marketing (o de Mercadotecnia).

Producto: Cualquier cosa que se ofrece en el mercado para la atención, para la adquisición o consumo capaces de satisfacer una necesidad.

Precio: Es de interés fundamental para los compradores y para los vendedores, lo mismo unos que otros deben vigilar constantemente los precios.

Plaza: Es el lugar el cual la propiedad de un producto se transfiere de los fabricantes al comprador.

Promoción: Es un intento de influir en el público y aumentar las ventas.

ESTUDIO TECNICO

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial

Tamaño

Es determinar los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, es decir, demanda, oferta, costos, etc.

CAPACIDAD INSTALADA

Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad.

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado. Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un bien determinado.⁵

Cuando hay situaciones de recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa o no utilizada. Este último término se usa equivocadamente para hacer referencia a los recursos naturales que las empresas, por razones de costos o por causas de la estrechez del mercado, no están en condiciones de explotar en un momento dado: así hay tierras que no conviene utilizar porque sus rendimientos son muy pobres y producirían bienes a un costo mayor que el que puede aceptar el mercado; hay recursos hidroeléctricos que no tiene sentido desarrollar por cuanto la capacidad de generación eléctrica ya instalada es suficiente para atender la demanda, etc.

Es un error frecuente pensar que la producción puede siempre utilizar por completo todos los recursos naturales y de capital disponibles: la utilización o no de un factor productivo depende, en última instancia, de consideraciones

⁵ GUZMAN CASTRO FERNANDO, El estudio Económico y Financiero y la evaluación de proyectos de la industria química

económicas y no puramente técnicas, por lo cual no tiene sentido incorporar a la producción aquellos elementos que darían por resultado un precio más alto que el del mercado.⁶

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la capacidad práctica, muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo.

A diferencia de la capacidad de producción, la capacidad utilizada es la que realmente se utiliza o se ha utilizado, por ejemplo, una empresa puede tener una capacidad de producir 1 000 000 computadoras al año (capacidad de producción), pero sólo produce (o produjo) 900 000 (volumen de producción).

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Se dice de la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes. Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente.

⁶HERNANDEZ ABRAHAM, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

CAPACIDAD FINANCIERA

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones (por citar algunas).

Localización: Es buscar un lugar específico en la que se va a realizar las actividades económicas productivas.⁷

Macro localización: Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

Micro localización: Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Ingeniería del proyecto: Es el estudio técnico de los procesos que son necesarios para producir un bien o servicio, fundamentalmente se trata de dimensionar a ciencia cierta que materias primas intervienen en el proceso productivo.

⁷ MIRANDA MIRANDA JUAN JOSE, Gestión de Proyectos

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Estructura Orgánica: Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente reconocida por la empresa. La estructura informal es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros.

Niveles Jerárquicos: Cumplen funciones y responsabilidades a ellos asignados por ley, por necesidad, por costumbre, a lograr metas y objetivos.

Organigramas: Grafica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan. ⁸

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural, está conformado por los cargos que se establecen dentro de una organización con la finalidad de llevar un orden jerárquico de los mismos.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

⁸<http://www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml#jera>

ORGANIGRAMA POSICIONAL:

El orgánico posicional, recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

Manual de Funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la última etapa del estudio de viabilidad financiera de un proyecto. En esta etapa se deberá ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que se suministraron en las etapas anteriores y así evaluar antecedentes para establecer la rentabilidad. La información financiera deberá sintetizarse para poder determinar y ordenar aquellos ítems que corresponden a inversiones, costos e ingresos derivados de estudios previos. Un caso importante es el cálculo del monto a ser invertido en capital de trabajo como así también y no menos importante el valor de desecho del proyecto de inversión.⁹

Inversión: La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

Financiamiento: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

⁹www.forexeco.com

Presupuestos: Es un plan expresado al futuro en términos cuantitativos en base a los objetivos planteados y que pueden referirse a unidades de venta, unidades de producción, número de empleados, capacidad instalada, entre otros.

Activos Fijos: El activo fijo es una cuenta contable que corresponde a un bien o derecho de carácter duradero, con una expectativa de duración mayor que el ciclo productivo. Son aquellos bienes y derechos que una empresa necesita para funcionar de forma duradera. Según el negocio en cuestión, será necesario contar con más activo fijo o con menos (por ejemplo, una fábrica necesita un activo fijo mucho más importante que un comerciante).

Activos Diferidos: Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.

Capital de Trabajo: Se considera capital de trabajo a conceptos tales como: valores negociables e inventarios, efectivo en caja y bancos, los documentos y cuentas por cobrar, los inventarios de materias primas, de artículos en proceso de fabricación y de artículos determinados, las inversiones en valores que no tengan por objeto mantener el dominio administrativo de otras empresas, y otras partidas semejantes.

Ingresos: El ingreso de una empresa es la cantidad de dinero que obtiene de la venta de bienes y servicios en un período determinado, como, por ejemplo, un año. Los costes de una empresa son los gastos incurridos en la producción de bienes y servicios durante ese mismo período. Los beneficios son la diferencia entre los ingresos y los costes.

Gastos: La empresa realiza un gasto cuando obtiene una contraprestación real del exterior, es decir, cuando percibe alguno de estos bienes o servicios. Así, incurre en un gasto cuando disfruta de la mano de obra de sus trabajadores, cuando utiliza el suministro eléctrico para mantener operativas sus instalaciones, etc.

Costos: El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Punto de Equilibrio: se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tanto costos como gastos pueden ser fijos o variables.

Se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero.

Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Dónde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera:

Fórmula (2)

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Estado de Pérdidas y Ganancias: Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General. Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes

modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del Sector Paraestatal en un periodo determinado

Flujos de caja: El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.¹⁰

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

¹⁰<http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias>

Evaluación Financiera

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el VPN y TIR que veremos más adelante.

Valor actual neto: La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa.

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Tasa interna de retorno: se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

TIR

= *Tasa menor*

+ *Diferencias de tasas* $\left(\frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

P.R.C = Año que cubre la inversión

+ $\left(\frac{Inversión - Suma\ primeros\ flujos}{flujo\ del\ período\ que\ supera\ la\ inversión} \right)$

Relación Beneficio – Costo: La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto.

Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

Análisis de Sensibilidad: El Análisis de Sensibilidad, facilita el estudio de los resultados de un proyecto, puesto que indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambiar o modificar de acuerdo a las circunstancias cambiantes de cada una de las variables que intervienen en el mismo.¹¹

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad >a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad <a 1 el proyecto no es sensible.

FÓRMULAS

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

¹¹ McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., / Economía, McGraw-Hill, 1997

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para alcanzar los objetivos propuestos en el presente estudio, está basado en la identificación de materiales, métodos y técnicas; que sirvieron para el análisis e interpretación de la información, mismos que permitieron el desarrollo en sus partes:

Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales como: suministros y equipos de oficina.

- Entre los suministros tenemos: papelería, esferográficos, clips, carpetas, CD'S, entre otros.
- En tanto que los equipos de oficina utilizados tenemos: calculadora, computadora, grapadora, perforadora, flash memory, cámara fotográfica, entre otros.

Métodos

- **Método Inductivo:** Este método sirvió de base importante en la aplicación de las encuestas las que arrojaran información para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas que poseen mascotas caninas y poder llevar acabo el estudio de mercado y que previamente fueron aplicadas mediante la obtención de la muestra del segmento poblacional.

- **Método Deductivo:** Este método fue de gran ayuda para recolectar información que se utilizó en la revisión literaria mediante información bibliográfica y virtual de los diferentes ítems que comprende el proyecto de factibilidad.
- **Método Descriptivo - Analítico:** Este método se lo utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se hizo un proceso descriptivo – analítico, el cual permitió analizar e interpretar la situación actual de la empresa, sus especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitieron la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

Técnicas

- **Encuesta:** Esta técnica se utilizó para recopilar información necesaria como los gustos y preferencias del segmento de la población de la ciudad. Se aplicará a las 397 familias de la ciudad de Loja con la finalidad de saber la aceptación que tendrá la empresa en el mercado. Para determinar la oferta se realizó una encuesta a todas los 35 centros veterinarios existentes en la ciudad de Loja, quienes son los que ofertan este tipo de servicio.
- **Revisión bibliográfica.-** contribuyo en la recopilación de la información que permitió fundamentar el trabajo de investigación objeto de estudio.
- **Tamaño de la Muestra.-** Permitió conocer el número de población o familias según el caso a encuestarse.

- **Observación Directa**

Esta técnica permitió detectar las veterinarias que brindan el servicio de albergue, así como también el debido cuidado que requieren las mascotas por parte de sus dueños, gracias a esta técnica se establece los pasos para el buen manejo y funcionamiento del albergue.

- **Distribución Muestral**

A continuación se presenta un representativo de la proyección poblacional, tomando como punto de partida la población por familias para el periodo 2010 como año base (180.617 habitantes), con una tasa de incremento del 2.65%; a la cual se la proyecta para el año 2014 cuyos resultados se describen a continuación.

Formula de la Población de la Población

$$Pf = Po (1+r)^n$$

Dónde:

Pf: Población Final

Po: Población Inicial

r: Tasa Crecimiento (2.65%)

n: Número de años (4)

$$Pf \text{ 2014} = Po \text{ 2010} (1+0,0265)^4$$

$$Pf \text{ 2014} = 180.617 (1.11029)$$

$$Pf \text{ 2014} = 200.537$$

Se tomó en cuenta por familias para conocer cuántas mascotas tienen en sus hogares. Entonces la población del año 2014, es de 200.537 habitantes, los cuales se divide para 4 que es el número de miembros por familia, lo que da 50.134 familias; siendo esta nuestra población para el cálculo del tamaño de la muestra. Para ello se utilizara la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n: Tamaño de la Muestra

N: Tamaño de la Población

e: Margen de Error

1: Constante

$$n = \frac{50.134}{1 + (0,05)^2 50.134}$$

$$n = \frac{50.134}{126,335}$$

$$n = 396.83 = 397 \text{ encuestas}$$

Se aplicarán 397 encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se procedió a diseñar los instrumentos de investigación, los mismos que fueron aplicados a las familias de la ciudad de Loja, con la finalidad de conocer si en sus hogares poseían mascotas caninas y si las mismas son albergadas en centros de cuidados de mascotas cuando sus dueños se encuentran fuera de la ciudad, así como la

entrevista que se realizó a los dueños de centros veterinarios; luego se procedió a la presentación de los resultados en cuadros y gráficos estadísticos, con su respectivo análisis, interpretación y conclusión; con estos resultados se determinó el análisis de la oferta y la demanda, obteniendo de esta forma la demanda insatisfecha; así mismo se propusieron algunas estrategias de marketing, para en base a ello proceder a determinar el tamaño y localización del albergue, la ingeniería del proyecto y la estructura orgánico-funcional. Con estos antecedentes se procedió a determinar la inversión y financiamiento y por último la evaluación financiera, donde se determinó a través de los indicadores financieros la factibilidad del proyecto, y en base a toda la investigación se indicaron las conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS

ENCUESTAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1.- ¿Dentro de su hogar tiene alguna mascota?

Cuadro No. 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	273	68,77%
No	124	31,23%
Total	397	100,00%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



Según la información recopilada en la ciudad de Loja, se realizó 397 encuestas, de las cuales el 68,77% de los encuestados tienen una mascota en sus casas mientras que el 31,23% no tienen mascotas.

Esta pregunta es primordial para continuar con el desarrollo de este proyecto de tesis, ya que ayudará a determinar la demanda potencial, real, actual, etc.

2.- ¿Si su respuesta fue si ¿Qué tipo de mascota tiene?

Cuadro No. 2

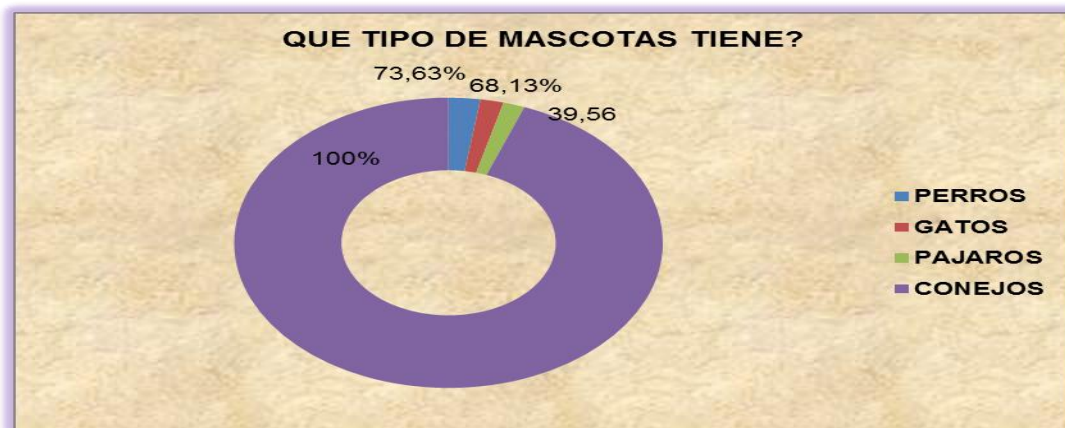
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Perros	273	100,00%
Gatos	201	73,63 %
Pájaros	186	68,13 %
Conejos	108	39,56 %
TOTAL	768	
	2,81	

Fuente: Encuestas a las Familias

Elaboración: La Autora

$$P = \frac{\sum X}{N} P = \frac{768}{273} = 2.81$$

Gráfico N° 2



La mayoría de los encuestados tienen una mascota en sus hogares el 100% tienen perros, el 73.63% tienen gatos el 68.13% tienen pájaros y el 39.56% tienen conejos.

Esta pregunta específica que entre las 273 familias tienen 768 mascotas, esto quiere decir que en promedio cada familia tiene 2,81 mascotas que se redondea a 3 mascotas por familia.

3.- ¿Cuándo usted viaja o por motivos de trabajo a cargo de quien deja su mascota canina?

Cuadro No. 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lo lleva con usted	64	35%
Lo deja con algún conocido	38	21%
Lo deja en casa con suficiente comida	81	44%
TOTAL	183	100%

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Dentro de esta interrogante nos indicaron que el 44% deja a sus mascotas con suficiente comida en casa, el 21% lo deja con algún conocido y el 35% lo lleva con usted.

La información recopilada en la siguiente interrogante nos resalta la importancia de que exista un albergue para mascotas caninas con el servicio de guardería.

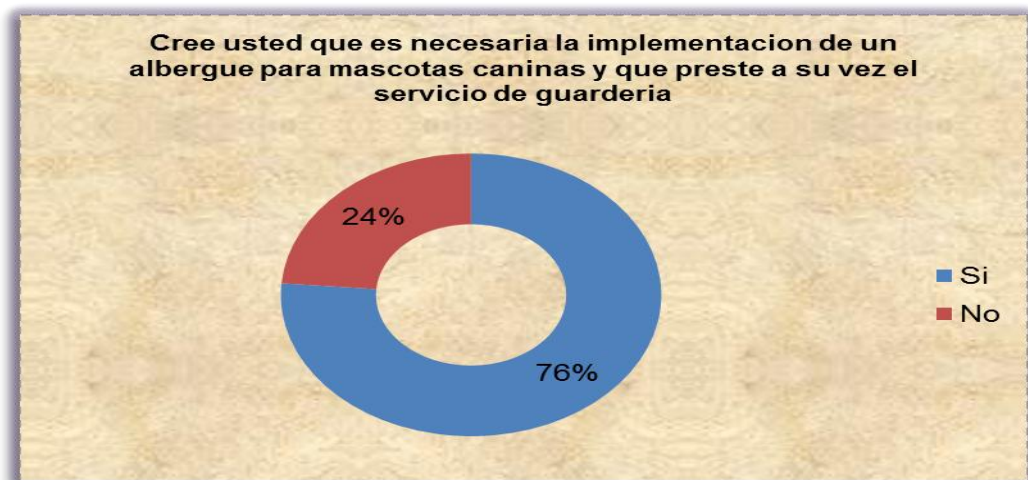
5. Cree usted que es necesaria la implementación de un albergue para mascotas caninas y que preste a su vez el servicio de guardería.

Cuadro No. 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	76%
No	9	24%
TOTAL	38	100%

Fuente: Encuestas a las familias
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Dentro de los encuestados el 76% cree en la implementación de un albergue para mascotas caninas y el 24% está en desacuerdo.

Considerando la importancia que tiene la vida de los animales la mayoría de los encuestados ha optado por la creación de este albergue, sin dejar de lado el servicio de guardería que se desea brindar para facilitar el cuidado de estas mascotas.

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de guardería diario de las mascotas caninas?

Cuadro No. 5

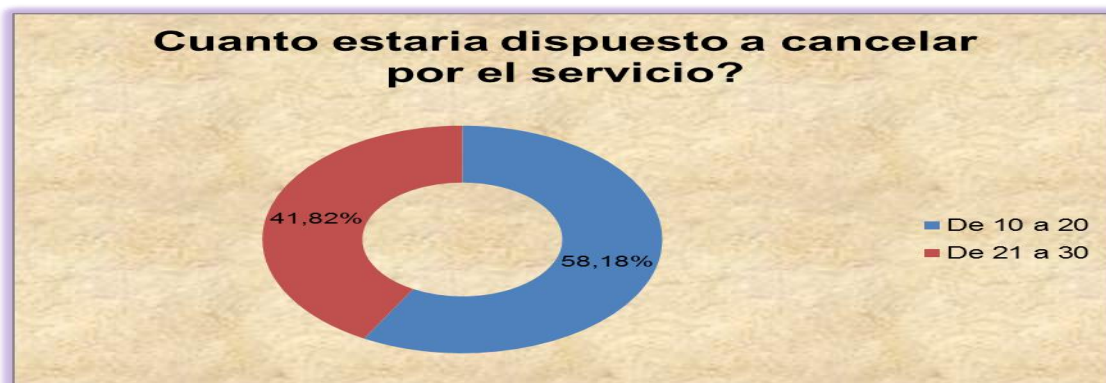
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Límite inferior	límite superior	XM	XM.F
De 10 a 20	17	58,18%	5	10	15	255
De 21 a 30	12	41,82%	11	15	25,5	306
TOTAL	29	100,00%				561
						19,34

Fuente: Encuestas a las familias

Elaboración: La Autora

$$P = \frac{\sum X.P}{N} = \frac{561}{29} = 19.34 \quad \text{Dólares americanos por día.}$$

Gráfico N° 5



Los 29 encuestados son los que sí están dispuestos a cancelar un valor por el servicio prestado para sus mascotas. El 58.18% prefiere la opción de \$ 10 a 20; el 41.82% de \$ 21 a 30 quedando un promedio de \$19,34 dólares americanos por el servicio.

A través de esta interrogante determinamos el precio que están dispuestos a cancelar nuestros encuestados por los servicios de guardería dentro del albergue.

6.- ¿Cuántas veces al año estaría dispuesto a dejar a su mascota canina en el albergue?

Cuadro No. 6

Alternativa	Frecuencia	Xm	Xm*F	Porcentaje
1-2 veces	28	1,5	42	92%
3-4 veces	1	3,5	3,5	8%
Total	29	5	45,5	100%

FUENTE: Encuestas al Consumidor

Elaborado por: Autora

$$P = \frac{\sum X}{N} = \frac{45,5}{29} = 1,57 \quad \text{Promedio anual 2 veces al año}$$

El valor de 1.57 se redondea a 2.

Gráfico N° 6



Las veces que estarían dispuestos a dejar a sus mascotas son: un de 1 a 2 veces 92%, de 3 a 4 veces 8%. Quedando un promedio anual de 1,57; es decir, 2 veces al año.

La mayoría de las familias prefiere dejar a sus mascotas caninas por 2 veces al año en el albergue para que disfruten de los distintos servicios o ya sea por motivos de trabajo o viaje.

7.- ¿Cuántos días dejaría a su mascota en el albergue canino?

Cuadro No. 7

Alternativa	Frecuencia	Xm	Xm*F	Porcentaje
1-2 días	25	1,5	37,5	73%
3-4 días	4	3,5	14	27%
Total	29	5	51,5	100%

FUENTE: Encuestas al Consumidor

Elaborado por: Autora

$$P = \frac{\sum X P}{N} = \frac{51,5}{29} = 1,77 \quad \text{Promedio de 2 días}$$

Gráfico No. 7



Los días que estarían dispuestos a dejar a su mascota canina en el albergue son: 1 a 2 días el 73%, mientras que, el 27% lo comprende de 3 a 4 días; es así que podemos determinar que la mayoría de familias se acogerían a este servicio por la comodidad y el buen cuidado de sus mascotas.

8. - Qué servicios le gustaría que le brinden a su mascota canina dentro del albergue?

Cuadro No. 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Desparasitación	29	100%
Buena alimentación	29	100%
Buen trato	29	100%
Corte de pelo	29	100%

FUENTE: Encuestas al Consumidor

ELABORACION: Autora

Gráfico No. 8



Nuestros encuestados sugieren que todas las alternativas les gustaría que brinden dentro del albergue.

En esta pregunta las familias detallan los servicios que desean que este albergue brinde a las mascotas caninas, lo cual es de gran importancia porque sabemos las necesidades a satisfacer.

9. ¿En qué lugares le gustaría que se encuentre ubicada la nueva empresa?

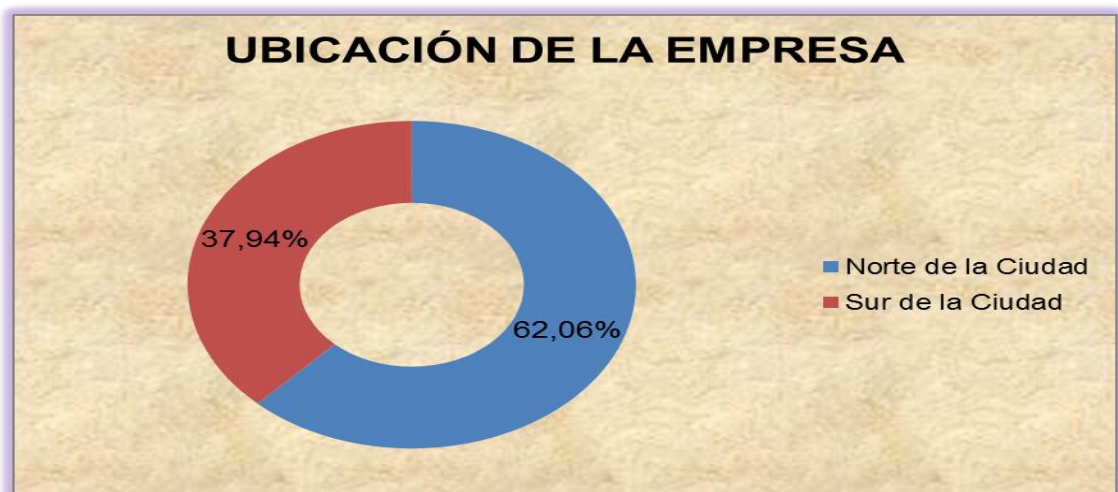
Cuadro No. 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Norte de la ciudad	18	62,06%
Sur de la ciudad	11	37,94%
TOTAL	29	100,00%

Fuente: Encuestas a los consumidores

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 9



De los 29 encuestados y que si están dispuestos a cancelar por el servicio de albergue para sus mascotas el 62,06% manifestaron que se encuentre ubicada en el norte de la ciudad y el 37,94% al sur de la ciudad.

La mayoría de las familias indicaron que la nueva empresa se encuentre ubicada en el Norte de la ciudad.

ENCUESTAS A LAS VETERINARIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1.- Dentro de su centro veterinario brinda el servicio de albergue para mascotas caninas.

Cuadro No. 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	48,57%
NO	18	51,43%
TOTAL	35	100,00%

Fuente: Encuestas a las veterinarias

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 10



Según la información recopilada en la ciudad Loja, se realizó 35 encuestas a las diferentes veterinarias, determinando que el 48,57% de los encuestados ofrecen el servicio de albergue mientras que el 51,43% no lo hacen.

Esta pregunta es primordial para determinar cuántas veterinarias brindan el servicio de hospedaje para continuar con el desarrollo de este proyecto de tesis, ya que ayudara a determinar la demanda potencial, real, actual, etc.

2.- Si su respuesta fue si ¿Qué servicios les otorga a las mascotas?

Cuadro No. 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Albergue	4	23,53%
Corte de pelo y baño completo	9	52,94%
Alimentación y desparasitación	4	23,53%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Encuestas a las veterinarias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Los servicios que prestan las veterinarias son: Corte de pelo y baño completo 52,94%, Albergue 23,53% y Alimentación y desparasitación 23,53%.

Esta pregunta específica los servicios que brindan las veterinarias, lo cual es de gran importancia para determinar si este proyecto va a tener aceptación.

3.- Si su respuesta fue no ¿Le gustaría prestar este servicio?

Cuadro No 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	55,56%
NO	8	44,44%
TOTAL	18	100,00%

Fuente: Encuestas a las veterinarias

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 12



El 55,56% de los encuestados dicen que si desearían prestar el servicio de albergue dentro de su veterinaria; mientras que el 44,44% manifiestan que no.

Esta pregunta específica que sí o no las veterinarias desearían prestar el servicio de albergue, lo cual es de gran importancia para determinar si este proyecto va a tener aceptación.

4.- ¿Cuánto cobra por día por este servicio?

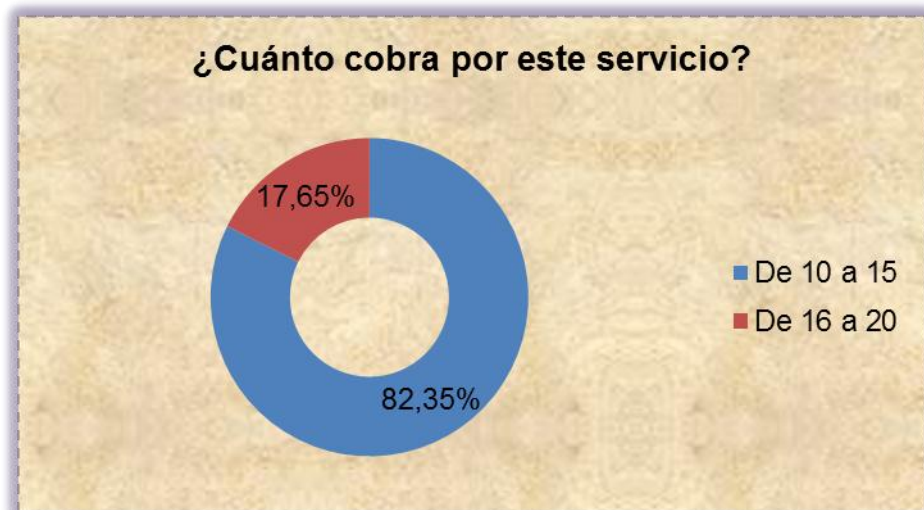
Cuadro No. 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Xm	F (Xm)
De 10 a 15	14	82,35%	12.50	175.00
De 16 a 21	3	17,65%	18.50	55.50
TOTAL	17	100,00%		230.50

Fuente: Encuestas a las veterinarias

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 13



$$P = \frac{\sum X P}{N} = \frac{230.50}{17} = 13.56 \text{ dólares americanos}$$

Promedio cobro de servicio

El 82,35% de los encuestados cobran por el servicio de \$. 10,00 a 15,00; mientras que el 17,65% seleccionan el rubro de \$.15,00 a 20,00.

Esta pregunta nos indica el costo a cobrar por las veterinarias que brindan ese servicio.

5.- ¿Cuántas mascotas caninas alberga diarios?

Cuadro No. 14

Alternativa	Frecuencia	Xm	Xm*F	Porcentaje
1 – 5	12	3	36	42%
6 – 10	3	8	24	28%
11 – 15	2	13	26	30%
Total	17	24	86	100%

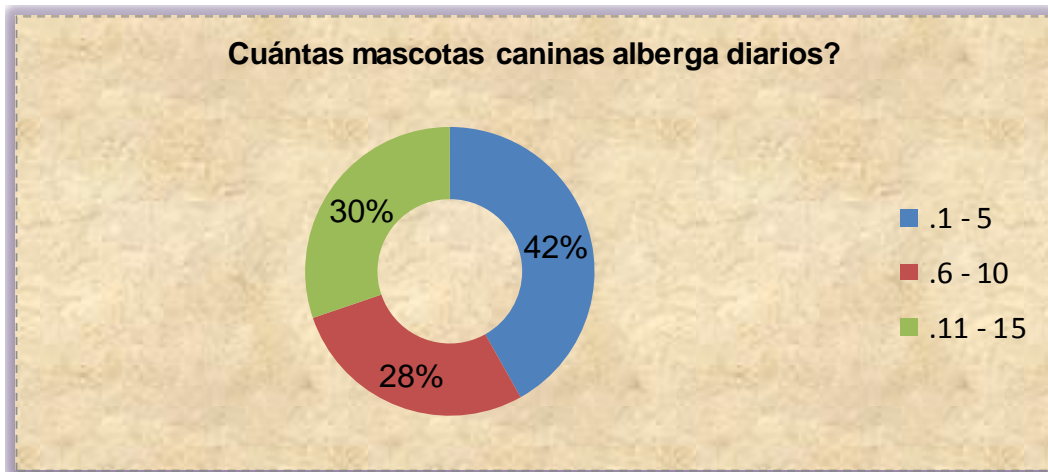
Fuente: Encuesta a las veterinarias

Elaboración: La Autora

$$P = \frac{\sum X \cdot P}{N} = \frac{86}{17} = 5,05 \text{ Mascotas diarias}$$

Promedio anual: 5*365= 1846 mascotas caninas

Gráfico No. 14



Las mascotas que las veterinarias albergan a diario están dentro del intervalo de 1 – 5 mascotas lo que equivale al 42%, de 6 – 10 indica el 28% y de 11 – 15 el 30%.

Gracias a este servicio los dueños de las mascotas pueden viajar tranquilos así como mantener un aseo, alimentación y desparasitación adecuada para su mascota.

6. Por la permanencia de la mascota en el albergue dan alguna promoción

Cuadro No. 15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	76,47%
No	4	23,53%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Encuestas a las veterinarias

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 15



Dentro de esta interrogante nos indicaron que el 76,47% les concede la desparasitación gratis a quienes hagan uso del servicio de albergue, el 23,53% cobran en un solo rubro todo.

Las respuestas obtenidas en esta interrogante nos indica las promociones que brindan las veterinarias por obtener el servicio de albergue, y los que no dan promociones me supieron manifestar que el descuento ya está incluido.

7. ¿Por qué medios de comunicación da a conocer los servicios de su veterinaria?

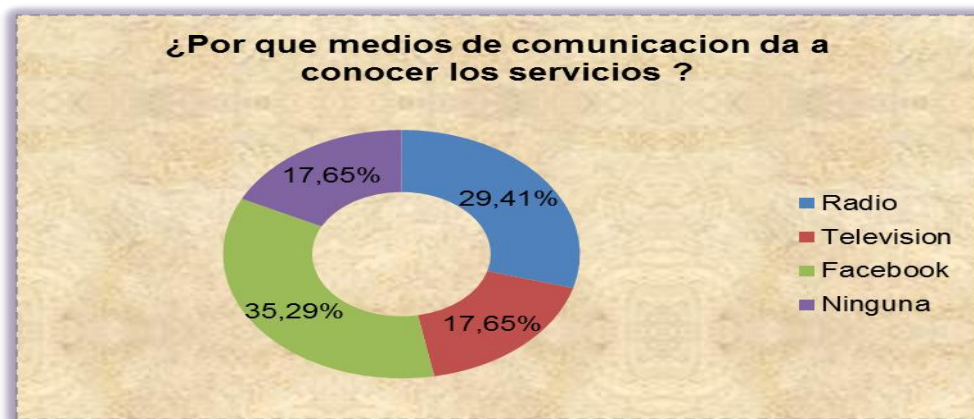
Cuadro No. 16

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	5	29,41%
Televisión	3	17,65%
Facebook	6	35,29%
Ninguna	3	17,65%
TOTAL	17	100,00%

Fuente: Encuestas a las veterinarias

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 16



Los medios de comunicación por los que se dan a conocer son los siguientes: Radio 29,41%, Televisión 17,65%, Facebook 35,29% y Ninguno 17,65%.

Esta interrogante tiene mucha importancia porque nos especifica que medios de comunicación tienen más aceptación.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Es el primer elemento de un proyecto de inversión, el cual está encaminado a la determinación de la oferta y demanda en un segmento determinado. En el cual la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a obtener para satisfacer sus necesidades y deseos; la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están orientados a vender a los diferentes precios del mercado.

Para esto se ha trabajado con técnicas como son: encuestas aplicadas a la ciudad de Loja, la cual ha permitido conocer gustos y preferencias a cerca del servicio que se ofrecerá, además de conocer aspectos relacionados con el precio y promoción.

Para conocer nuestra demanda se aplicó 397 encuestas distribuidas a las diferentes familias de la ciudad de Loja.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda Potencial.

La demanda potencial está formada por los productos que lograrían ser consumidos o utilizados por los demandantes de un mercado, es decir, que se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de

familias de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que es del 2,65% según datos proporcionados por el INEC 2010 los mismos que son de 180.617 habitantes.

La proyección de la población para el 2014 es de 200.537 habitantes y 50.134 familias. En la demanda potencial se realizó una pregunta a las familias ¿Dentro de su hogar tiene alguna mascota? con un porcentaje del 100% cuadro N° 1, cuyo cuadro se describe a continuación.

Cuadro No. 17
Demanda Potencial

Años	Demanda Potencial (familias de la ciudad de Loja)	Demanda Potencial Real de mascotas (68,77%)	Número de Mascotas por familia (3)	Demanda Potencial Real (caninas) 100%	Número de Mascotas por familia (3)
0	50.134,00	34.477,15	103.431,46	34.477,15	103.431,46
1	51.462,55	35.390,80	106.172,39	35.390,80	106.172,39
2	52.826,31	36.328,65	108.985,96	36.328,65	108.985,96
3	54.226,21	37.291,36	111.874,09	37.291,36	111.874,09
4	55.663,20	38.279,58	114.838,75	38.279,58	114.838,75
5	57.138,28	39.293,99	117.881,98	39.293,99	117.881,98
6	58.652,44	40.335,28	121.005,85	40.335,28	121.005,85
7	60.206,73	41.404,17	124.212,50	41.404,17	124.212,50
8	61.802,21	42.501,38	127.504,13	42.501,38	127.504,13
9	63.439,97	43.627,66	130.882,99	43.627,66	130.882,99
10	65.121,12	44.783,80	134.351,39	44.783,80	134.351,39

Fuente: Cuadro N° 1 y 2
Elaboración: La Autora

Demanda Real o Actual

La Demanda Real está establecida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o prestan de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado para determinar la demanda real se realizó la siguiente pregunta a las familias. ¿Qué tipo de mascota tiene? la misma que tiene un porcentaje del 100% Cuadro N° 3

Cuadro No. 18

Demanda Real o Actual

Años	Demanda Potencial (familias de la ciudad de Loja)	Demanda Potencial Real de mascotas (68,77%)	Demanda Potencial Real (caninas) 100%	Demanda Real (los dejan con algún conocido 21%)
0	50.134,00	103.431,46	103.431,46	21.720,61
1	51.462,55	106.172,39	106.172,39	22.296,20
2	52.826,31	108.985,96	108.985,96	22.887,05
3	54.226,21	111.874,09	111.874,09	23.493,56
4	55.663,20	114.838,75	114.838,75	24.116,14
5	57.138,28	117.881,98	117.881,98	24.755,21
6	58.652,44	121.005,85	121.005,85	25.411,23
7	60.206,73	124.212,50	124.212,50	26.084,63
8	61.802,21	127.504,13	127.504,13	26.775,87
9	63.439,97	130.882,99	130.882,99	27.485,43
10	65.121,12	134.351,39	134.351,39	28.213,79

Fuente: Cuadro N° 3

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las contestaciones adquiridas de los encuestados.

Se realizó la siguiente pregunta. En caso de que existiera dicho albergue usted accedería a los servicios que presente el mismo. El 76% manifestaron que si (Cuadro N° 4).

Cuadro No. 19
Demanda Efectiva

Años	Demanda Real (dejan con algún conocido (21%))	Demanda efectiva (76%)
0	21.720,61	16.507,66
1	22.296,20	16.945,11
2	22.887,05	17.394,16
3	23.493,56	17.855,10
4	24.116,14	18.328,26
5	24.755,21	18.813,96
6	25.411,23	19.312,53
7	26.084,63	19.824,32
8	26.775,87	20.349,66
9	27.485,43	20.888,93
10	28.213,79	21.442,48

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva en Servicios de Albergue de Mascotas

El promedio de la prestación del servicio de albergue para mascotas por familia es de 5 mascotas caninas por 16 días que corresponden al mes, tomando en cuenta la aceptación de dicho albergue en el Cuadro No. 4

Cuadro No. 20

Demanda Efectiva en Unidades

Años	Demanda Real (dejan con algún conocido (21%))	Demanda efectiva (76%)	Promedio de veces que dejan las mascotas en el albergue	Demanda Proyecta (Veces al año)
0	21.720,61	16.507,66	2	33.015,32
1	22.296,20	16.945,11	2	33.890,23
2	22.887,05	17.394,16	2	34.788,32
3	23.493,56	17.855,10	2	35.710,21
4	24.116,14	18.328,26	2	36.656,53
5	24.755,21	18.813,96	2	37.627,93
6	25.411,23	19.312,53	2	38.625,07
7	26.084,63	19.824,32	2	39.648,63
8	26.775,87	20.349,66	2	40.699,32
9	27.485,43	20.888,93	2	41.777,85
10	28.213,79	21.442,48	2	42.884,96

Fuente: Cuadro N° 4

Elaborado: La Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Local

Es el servicio de albergue que se ofrece en el mercado a las mascotas. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad del servicios mensual por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (Cuadro N° 16). Con base a esta información se calculó el promedio de oferta. Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 2,65% de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos conseguidos en el INEC.

Cuadro No. 21

Oferta Proyectada

Años	Demanda Proyectada	Oferta (25%)
0	33.015,32	1.846,00
1	33.890,23	8.472,56
2	34.788,32	8.697,08
3	35.710,21	8.927,55
4	36.656,53	9.164,13
5	37.627,93	9.406,98
6	38.625,07	9.656,27
7	39.648,63	9.912,16
8	40.699,32	10.174,83
9	41.777,85	10.444,46
10	42.884,96	10.721,24

Fuente: Cuadro No. 20

Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha

Es la diferencia entre la oferta y la demanda efectiva, la demanda insatisfecha para los primeros años es de:

Cuadro No. 22

Años	Demanda Proyectada	Oferta (25%)	Demanda Insatisfecha
0	33.015,32	1.846,00	31.169,32
1	33.890,23	8.472,56	25.417,67
2	34.788,32	8.697,08	26.091,24
3	35.710,21	8.927,55	26.782,66
4	36.656,53	9.164,13	27.492,40
5	37.627,93	9.406,98	28.220,94
6	38.625,07	9.656,27	28.968,80
7	39.648,63	9.912,16	29.736,47
8	40.699,32	10.174,83	30.524,49
9	41.777,85	10.444,46	31.333,39
10	42.884,96	10.721,24	32.163,72

Fuente: Cuadros No. 21

Elaboración: La Autora

DISEÑO DEL PLAN DE COMERCIALIZACIÓN (4 PS)

El servicio que ofrecerá la empresa es albergue de mascotas caninas, se constituye con la finalidad de dar un mejor servicio a la ciudadanía cuando vayan a viajar.

La empresa pretende ofrecer un servicio completo en todo lo referente a albergue, alimentación, y cuidado de cachorros.

PRECIO

Es el valor que se paga por recibir el servicio. La Albergue, ofrecerá su servicio a un precio cómodo accesible para todos los clientes.

Para determinar el precio exacto, se toma la información del estudio financiero del proyecto donde se establece los costos de producción más el margen de utilidad.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Gráfico No. 17



El albergue es muy importante ya que permite cuidar de sus mascotas mientras usted está de viaje. Esto llevó a tomar la iniciativa de crear un albergue. Para el progreso eficiente y eficaz del servicio:

1. Se contará con un personal capacitado con la finalidad de ofrecer una buena atención a las mascotas de los clientes.
2. La empresa constara con equipos de excelente calidad, para así satisfacer a los clientes.
3. Además del servicio de albergue se dará alimentación y cuidado si el cliente lo requiere.

LOGOTIPO DE LA EMPRESA

La empresa tendrá un diseño exclusivo ya que le servirá para diferenciarse de las demás empresas y ser reconocida por los usuarios.

Gráfico No. 18



SLOGAN

Es muy importante el slogan ya que caracteriza el servicio que se ofrece, el mismo que permite que la marca se posicione en la mente de los clientes.

El slogan es el siguiente:

Grafico No. 19

“EL CUIDADO DE TUS MASCOTAS ESTA EN NUESTRAS MANOS”

PLAZA

El Albergue estará ubicado en la ciudad de Loja, en el barrio Amable María. Este lugar fue seleccionado por tener espacios suficientes para el funcionamiento y también por estar alejado del centro de la ciudad, es el lugar adecuado.

Canal de Comercialización

El canal de comercialización para el Albergue “EL REFUGIO DEL DOG” será de forma directa, para poder comprender lo que ellos necesitan y satisfacer sus necesidades con eficiencia y eficacia.

Gráfico No. 20



PUBLICIDAD

Para dar a conocer el servicio del Albergue “EL REFUGIO DEL DOG” se transmitirá mediante los medios de comunicación como: Radio Rumba Stereo;

volantes mediante el cual se dará a conocer los servicios que ofrece el Albergue.

Cuadro No. 23

GASTOS PUBLICITARIOS				
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	2 diarias por 45 segundos	45	45	540
Hojas Volantes	500	0,02	10	120
TOTAL			55	660

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

ESTUDIO TÉCNICO

Se analizó aspectos como tamaño y localización. Este estudio tiene como objetivo establecer los requerimientos de los recursos básicos del servicio, se toma los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Capacidad Instalada

La capacidad instalada se expresa por la capacidad del local.

Para el área de servicio tendrá una medida de 40m², con una capacidad para 5 mascotas caninas; el promedio de cuidado de las mascotas es de 2 días, por lo tanto tenemos:

Cuadro No 24

No de Mascotas	Tiempo	Total
5 diarias	15 días	75 mascotas mensual
75 mensuales	12 meses	900 anual

Capacidad Utilizada

Es el rendimiento o nivel de servicio, esta capacidad está determinada por el diseño del espacio físico que tendrá la empresa, según el nivel de demanda que se desea cubrir durante un determinado período de tiempo.

La capacidad se ha tomado en cuenta por el espacio físico del local en lo cual solo pueden colocar 5 jaulas, es decir tendría una capacidad de 5 mascotas en total estas multiplicadas por 15 días al mes la empresa obtiene como resultado a 75 mascotas mensuales, lo cual se lo multiplico por los 12 meses se obtiene un total de 900 mascotas que se albergarían anualmente.

Cabe indicar que en las empresas de servicios el cien por ciento de la capacidad instalada debe ser utilizado.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La ubicación más adaptada será la que facilite maximizar el logro del objetivo del proyecto. La selección de la localización del proyecto se define en dos

ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región; y el del micro localización, que fija el lugar concreto donde se instalará el proyecto.

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Viene a ser todos los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa.

- **Materia Prima:** Será necesario buscar proveedores que ofrezcan productos de buena calidad, con bajos precios como vacunas, desparasitantes, alimentos de mascota, entre otros para ofrecer un buen servicio.
- **Mano de Obra:** Para la puesta en marcha del proyecto será necesario mano de obra calificada, considerando personas capacitadas en el cuidado de mascotas, las mismas que estarían dispuestas a contribuir con el objetivo de la empresa, que es brindar excelente servicio.
- **Vías de comunicación:** Es necesario considerar que las calles que conectan a la empresa se encuentren en buen estado, para el fácil acceso de nuestros y clientes y sus mascotas.
- **Servicios Básicos:** El lugar donde será ubicada la empresa en el norte de la ciudad de Loja, cuenta con todos los servicios básicos (agua, luz, alcantarillado y teléfono) los mismos que le permitirán su funcionamiento en buenas condiciones.

- **Seguridad:** Cuenta con la accesibilidad inmediata de bomberos, policía, y servicios médicos, siempre y cuando tomando medidas de seguridad para así reducir el índice de emergencias.

Macro localización

Se refiere a la ubicación de la empresa dentro del mercado a nivel local. En lo que relaciona al medio ambiente este proyecto no origina ningún impacto ambiental ya que no trabaja con maquinaria contaminante ni sustancias químicas que ocasionen daño a la salud y al medio ambiente. El Albergue de mascotas “EL REFUGIO DEL DOG”, se ubicará en la ciudad Loja en el barrio Amable María.

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

Gráfico No. 21

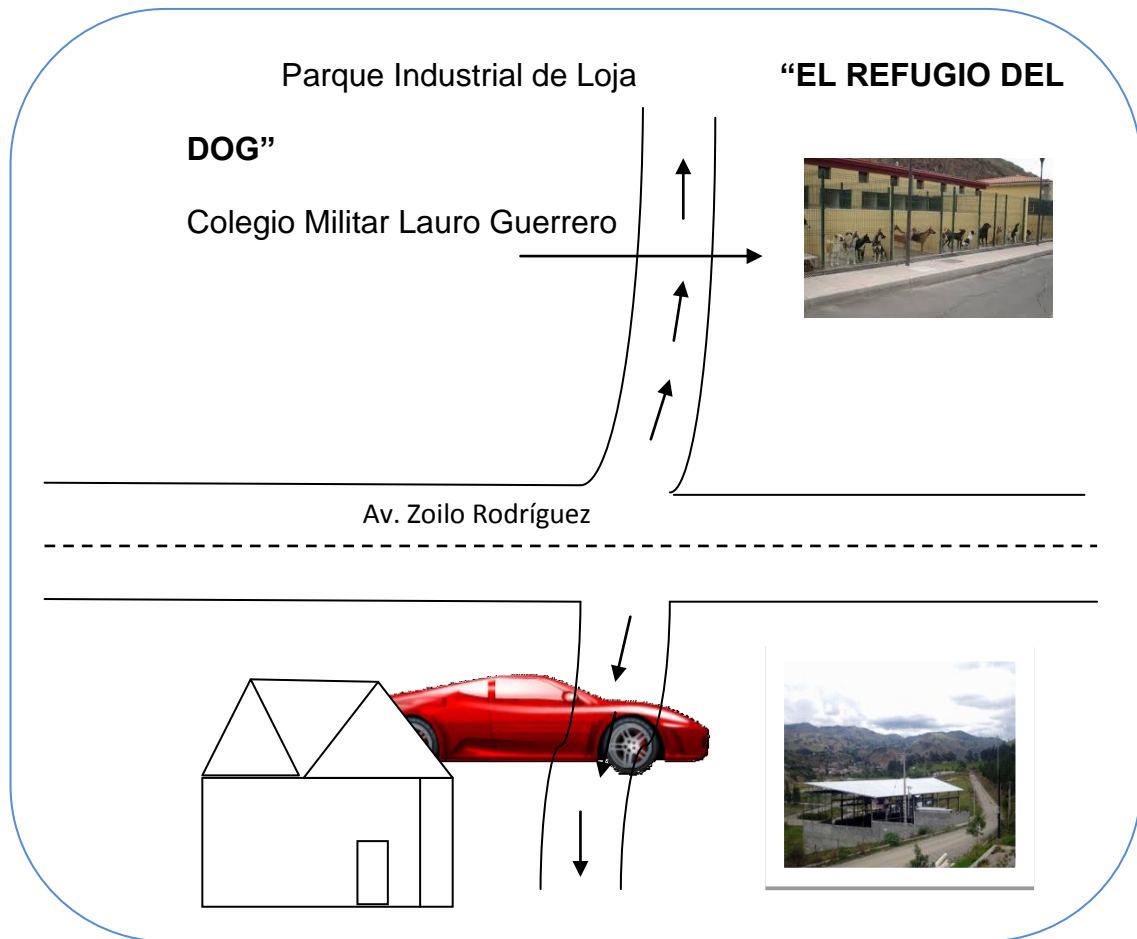


Elaboración: La Autora

Micro localización

La empresa se encontrará ubicada en el barrio Amable María, frente al Parque Industrial, a 300m del Colegio Militar Lauro Guerrero. Este estudio se realizó con la finalidad de seleccionar el lugar exacto para la instalación de la empresa, siendo el lugar indicado para el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Gráfico No. 22



Elaboración: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se lo ejecuta con el objetivo de poder establecer los aspectos fundamentales como son: infraestructura física, componente tecnológico, proceso del servicio. Esto significa la aproximación al entorno del medio para poder llevar a cabo la marcha del proyecto.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

La tecnología que se utilizará está constituida por el equipo necesario para llevar a efecto la prestación del servicio de albergue.

EQUIPO

- ✚ **Caseta.-** Es una casa de madera con techo especialmente para que duerman los perros.

Gráfico No. 23



✚ **Jaula.-** Es más segura para las mascotas y tiene mucho más espacio.

Gráfico No. 24



MUEBLES Y ENSERES

- ✚ Archivadores
- ✚ Armario
- ✚ Escritorio
- ✚ Silla giratoria
- ✚ Mesas

EQUIPO DE CÓMPUTO

- ✚ Computadora
- ✚ Impresora

EQUIPO DE OFICINA

- ✚ Sumadora
- ✚ Perforadora.

 Grapadora

 Telefax

PROCESO DE SERVICIO DEL ALBERGUE “EL REFUGIO DEL DOG”

Para acceder a nuestro servicio de albergue el cliente podrá hacerlo personalmente en nuestras instalaciones al momento de dejar la mascota deberá cancelando el 50% y al momento de retirar el otro 50%.

Cualquier queja o sugerencia por el cliente será atendida en el instante, ya que mientras el albergue permanezca abierto a la atención al público todos los empleados permanecen en sus lugares de trabajo y preparados para responder a cualquier situación que se presente en el albergue.

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

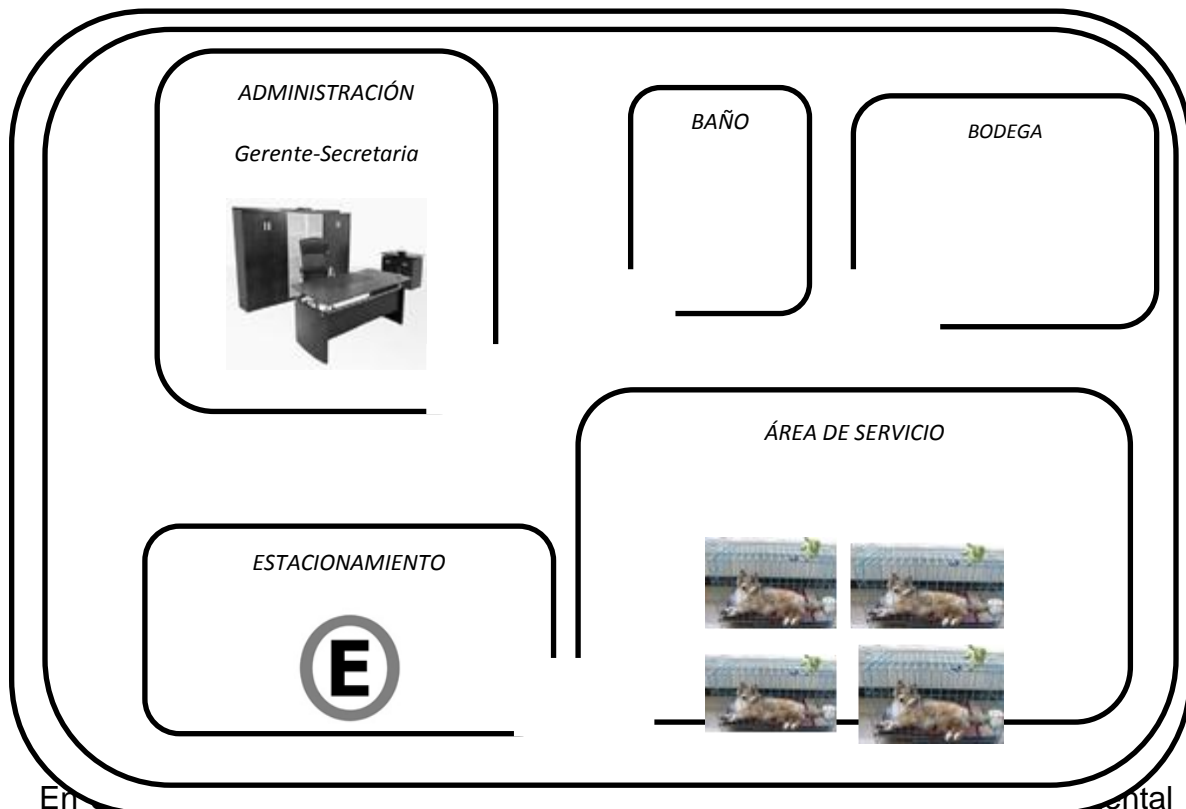
Corresponde a la parte física de la empresa, se fijan las áreas estimadas para el cumplimiento de las actividades en la prestación del servicio. En esta parte del estudio debe contarse con la recomendación de los profesionales de la construcción.

Para que las actividades se lleven a cabo con normalidad y en un buen ambiente, se requiere de un terreno de aproximadamente 500 metros cuadrados, para que en el mismo se proceda a la edificación de las instalaciones físicas.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La planta de servicios, estará dividida en 5 secciones que son:

Gráfico No. 25



mencionar las fases para la prestación del servicio.

Llegada del Cliente.- En esta etapa el cliente hace el arribo a nuestro albergue, estimando un tiempo de 5 minutos.

Atención al Cliente.- En este paso la secretaria atiende y le da la bienvenida al cliente, considerando un tiempo de 2 minutos.

Solicitud del Servicio.- Aquí el cliente solicita el servicio de albergue para su mascota, dando a conocer los días que lo dejara a cargo del albergue, estimando un tiempo de 2 minutos.

Recibimiento de la Mascota.- Se recibe la mascota y se procede a ubicar en su respectiva jaula, tomando un tiempo de 5 minutos.

Elaboración de Factura.- En esta etapa la secretaria procede a entregar una factura como constancia de pago por dicho servicio, considerando un tiempo de 3 minutos.

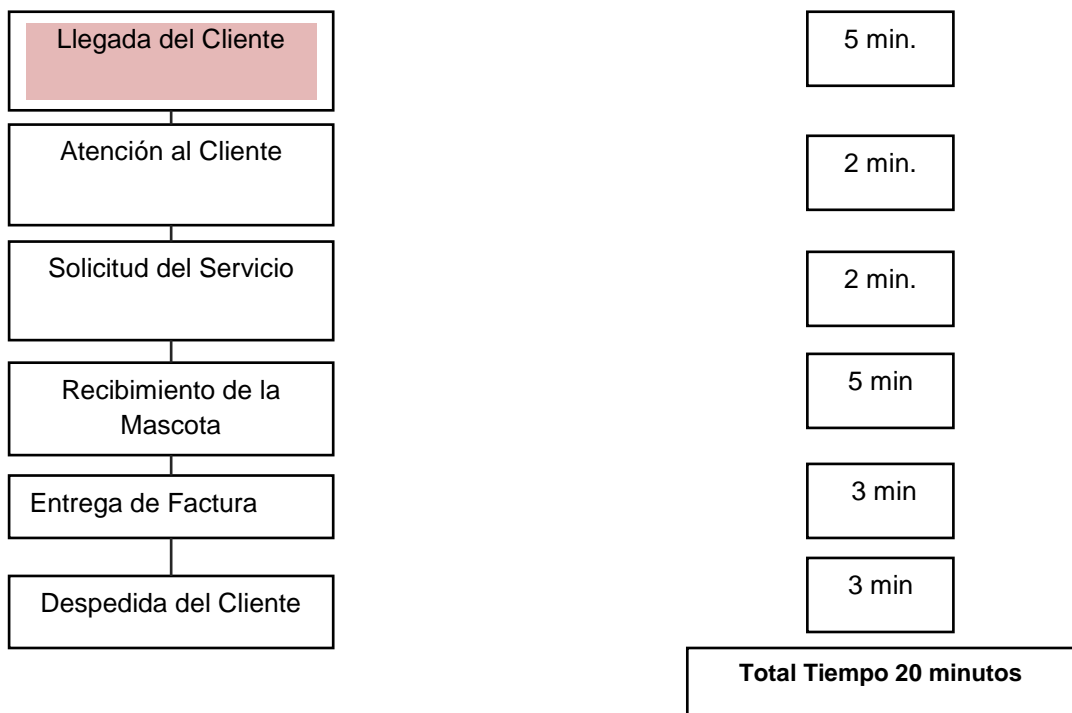
Despedida del cliente.- Una vez que se ha recibido la mascota y entregado la factura el cliente procede a retirarse. En un tiempo de 3 minutos.

DIAGRAMA DE PROCESO DE CONTRATACIÓN

Grafico No. 26

PROCESO

TIEMPO



DESCRIPCION DEL PROCESO DE SERVICIO

Revisión y aseo de la mascota: Cuando el cliente deja a su mascota se procede a asear la mascota y si fuese necesario el corte de pelo con un tiempo de 40 minutos.

Asignar un espacio: A cada mascota se le otorga una caseta para su estancia dentro del albergue con un tiempo de 10 minutos.

Desparasitación: Si fuese necesarios, dependiendo del peso y tamaño de la mascota se procede a desparasitar a la mascota con un tiempo de 30 minutos.

Recreación de la Mascota (área verde): Como el albergue tendrá destinada un área verde se hará uso de la misma para distracción de la mascota con un tiempo de 120 minutos.

Alimentación: Luego de una intensa jornada se alimentara la mascota con la porción que requiera con un tiempo de 60 minutos.

Reubicar para el descanso de la mascota: Se la llevara nuevamente a la caseta asignada para su descanso con un tiempo de 30 minutos.

Entrega de la Mascota: Al segundo día repitiendo se hará la entrega de la mascota a sus respectivos dueños con un tiempo de 20 minutos.

Gráfico No. 27

Proceso de Servicio

Este proceso cuenta con siete servicios, que a continuación se detallan en el siguiente cuadro:

<i>Proceso</i>	<i>Tiempo</i>
<i>Revisión y aseo de la mascota</i>	<i>40 minutos</i>
<i>Asignación de un espacio</i>	<i>10 minutos</i>
<i>Desparasitación</i>	<i>30 minutos</i>
<i>Recreación de la Mascota</i>	<i>120 minutos</i>
<i>Alimentación</i>	<i>60 minutos</i>
<i>Reubicación para el descanso de la mascota</i>	<i>30 minutos</i>
<i>Entrega de la mascota al siguiente día</i>	<i>20 minutos</i>

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para la ejecución del Albergue se tomará en cuenta el tipo de compañía que mejor se adapte a las actividades; es así que se optó por la compañía de Responsabilidad Limitada y una vez constituido el albergue legalmente podrá funcionar en la prestación del servicio, ubicado en la ciudad de Loja, en el Barrio Amable María.

Organización Legal.

Es la forma legal que obtendrá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañía y demás Leyes y Reglamentos que corresponden.

Para la ejecución de la misma se adoptara la forma Jurídica de Compañías de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es la aportación de la accionista.

Razón Social: La razón social de la empresa será Albergue “EL RUFUGIO DEL DOG” Cía. Ltda.

Objeto Social: Albergue para Mascotas Caninas.

Plazo de Duración: Sera creada para el periodo de 10 años.

Domicilio: El lugar de la presente empresa estará ubicado en la ciudad de Loja en el barrio Amable María, frente al Parque Industrial.

Capital Social: La empresa estará conformada por una socia la cual, en base a la necesidad de inversión del proyecto, fijará el monto de su aportación.

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Señor Notario:

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada, **Albergue “EL REFUGIO DEL DOG” Cía. Ltda.**

En la Ciudad de Loja, Barrio Amable María, el 08 de Julio del 2014, ante el notario quinto de la ciudad se eleva a minuta la constitución de la siguiente compañía limitada; de acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA.-Otorgantes: Concurren al otorgamiento de esta escritura de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada los señores: Gabriela Zambrano; de nacionalidad Ecuatoriana, mayor de edad, legalmente capaz, domiciliada en esta ciudad y quien comparece por sus propio derecho.

SEGUNDA.- La compareciente conviene en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada Albergue **“EL REFUGI DEL DOG”** en la Ciudad de Loja, la cual que se regirá por las Leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto de la Compañía Responsabilidad Limitada Albergue **“EL REFUGI DEL DOG” Cía. Ltda.**

Capítulo Primero.- NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

Artículo Uno.- La Compañía llevará el nombre de Albergue “**EL REFUGI DEL DOG**” Cía. Ltda.

Artículo Dos.- El domicilio de la compañía es en la Ciudad de Loja, ubicada en el Barrio Amable María frente al Parque Industrial.

Artículo Tres.- La compañía tiene como objeto ofrecer el servicio de albergue para mascotas a las familias de la ciudad de Loja.

Artículo Cuatro.-El plazo de duración de la compañía es de 10 años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en la ley y en este estatuto.

Capitulo Segundo.- Del capital social, de las participaciones y de la reserva legal.

Artículo Cinco.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la presidenta de la compañía.

Artículo Seis.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas o utilidades, por capitalización de la reserva por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

Artículo Siete.- La compañía puede reducir el capital social por resolución de la Presidenta, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

Artículo Ocho.- La compañía entregara a la socia el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaría en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del gerente – administrador de la compañía .

Artículo Nueve.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente - administrador la emisión de un duplicado del mismo.

Artículo Diez.- Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

Artículo Once.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, conforme a la ley.

Capítulo Tercero.- De los socios, de sus deberes, atribuciones y responsabilidad.

Artículo Doce.- Son obligaciones de la socia:

Las que señala la ley de compañías.

Cumplir las funciones y actividades deberes que les asigne el gerente - administrador de la compañía.

Cumplir con las aportaciones implementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta General de socios. Las demás que señale este estatuto.

Artículo Trece.- La socia de la compañía tiene los siguientes derechos y atribuciones: Intervenir con voz y voto en las sesiones de la, personalmente o

mediante poder a un socio o extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder.

A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización.

A percibir las utilidades o beneficios a distribución de las participaciones pagadas, lo mismo respecto del acervo social, de producirse las liquidaciones.

Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

Estructura Administrativa

Para cumplir con los objetivos del proyecto planteado, es preciso considerar el beneficio de los recursos humanos de tal modo que cumplan con éxito todas las funciones, las que deben estar relacionadas con la naturaleza de la empresa y comprometidos con los objetivos y políticas que se plantean en la misma, lográndose la eficiencia, eficacia y economía de los recursos.

Niveles Jerárquicos

Nivel Ejecutivo

Este nivel lo ocupará el Gerente-Administrativo que será su representante legal y es también el encargado de planear, orientar, dirigir y controlar la vida administrativa y es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades.

Nivel Asesor

La empresa contara con un asesor legal que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir temporal.

Nivel Operativo

Este proyecto de servicio estará, conformado por la prestación del servicio.

Nivel Administrativo o de Apoyo

Está constituido por la Secretaria-Contadora.

ORGANIGRAMAS

Son aquellas representaciones gráficas de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”

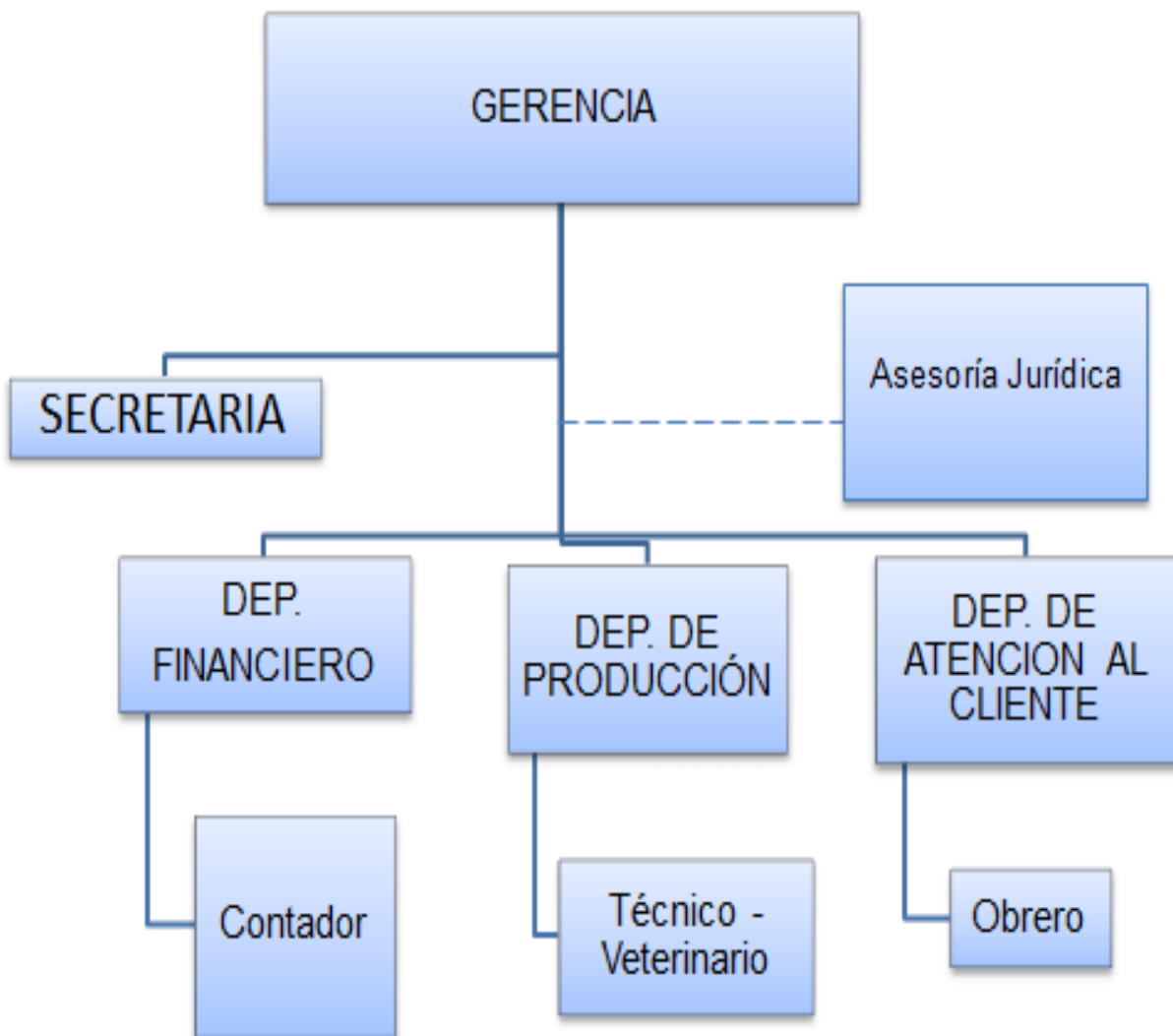
La empresa contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento, los que han sido establecidos de acuerdo a sus requerimientos básicos.

Para el presente proyecto de inversión se establece los siguientes organigramas, como son el organigrama estructura, funcional y posicional.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

“EL REFUGIO DEL DOG” Cía. Ltda.

Grafico No 28

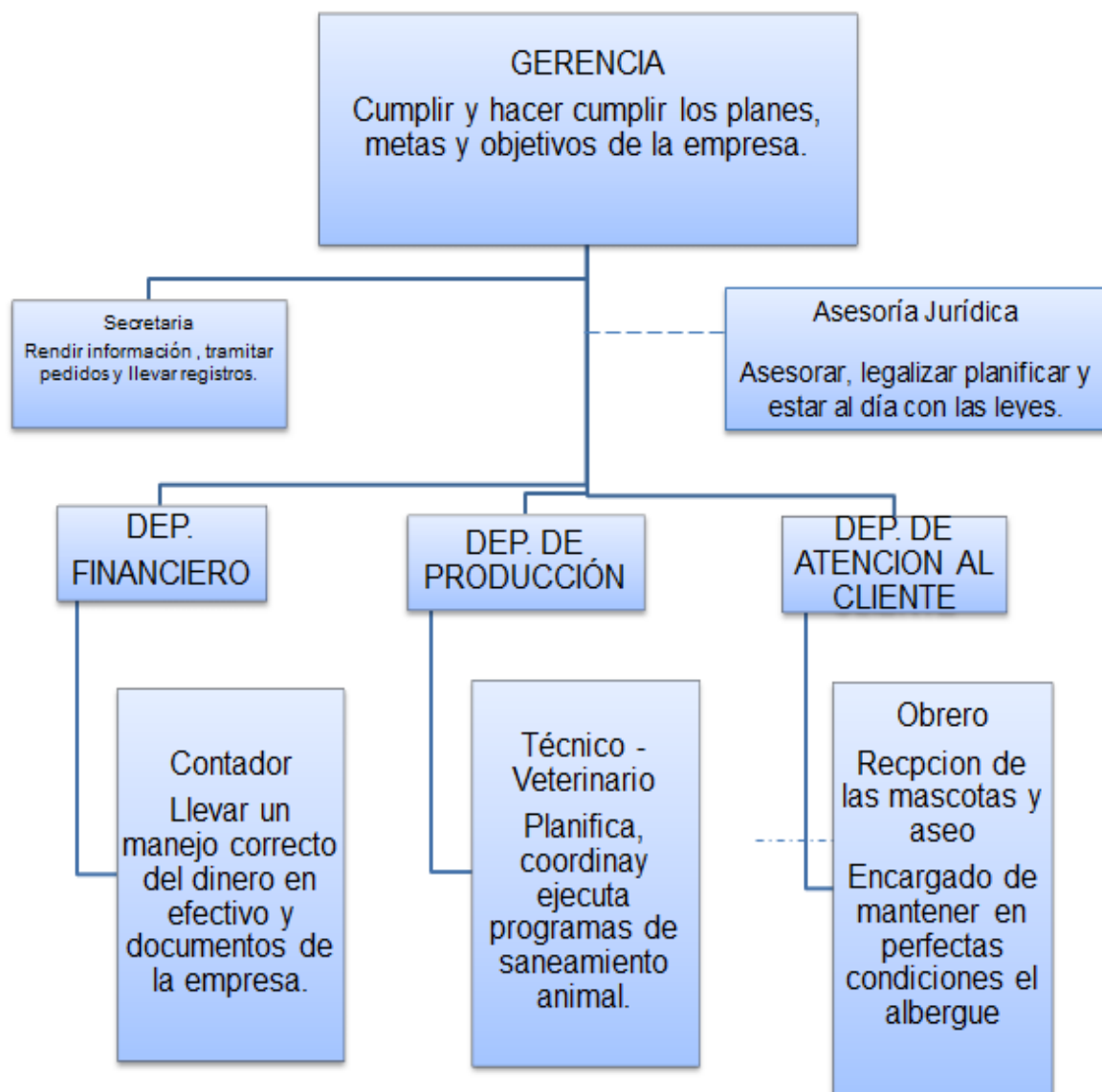


Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“EL REFUGIO DEL DOG” Cía. Ltda.

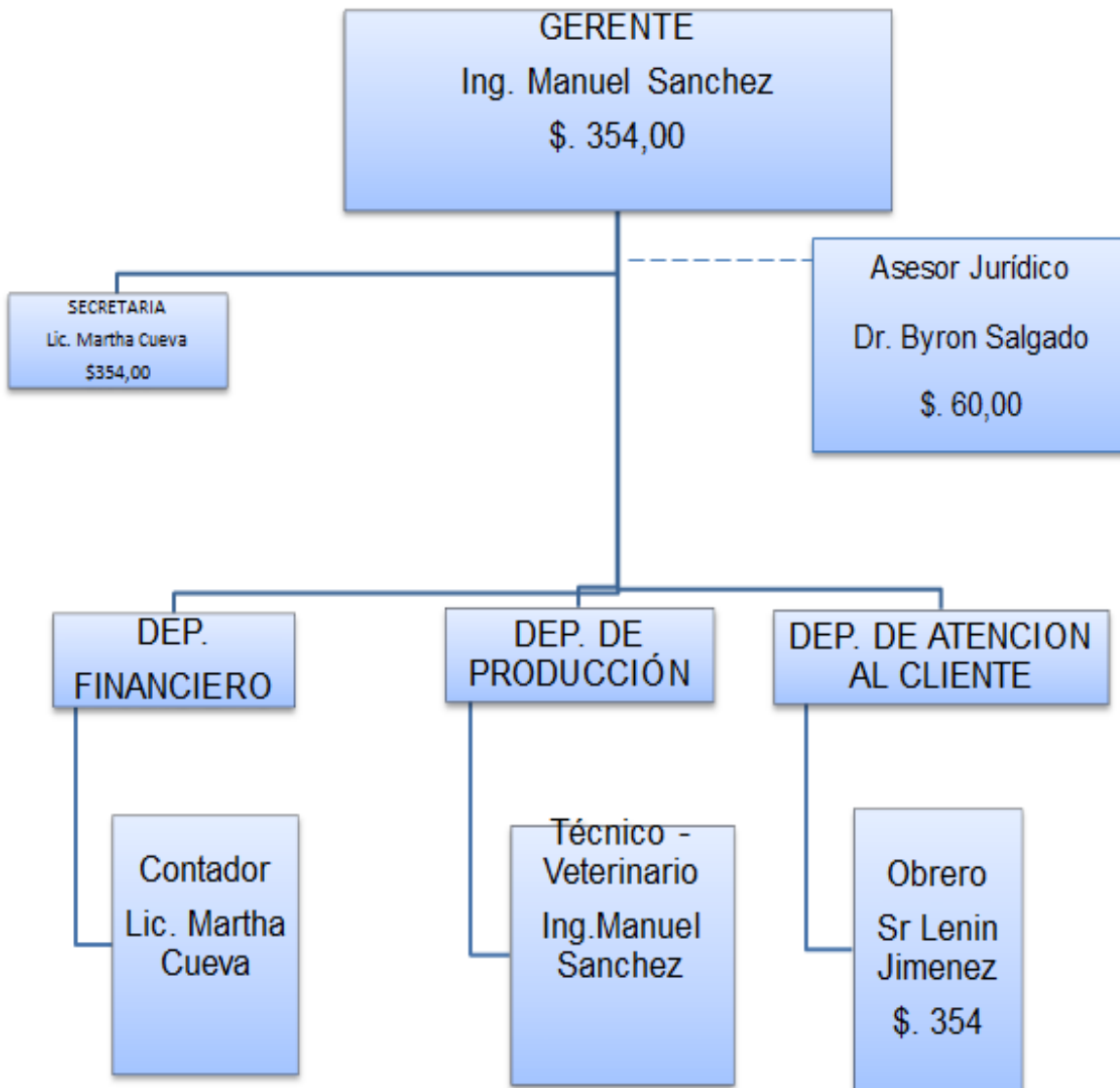
Grafico No 29



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA

“EL REFUGIO DEL DOG” Cía. Ltda.

Grafico No 30



MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO	: 001
DEPARTAMENTO	: Gerencia
NIVEL	: Ejecutivo
TÍTULO DEL PUESTO	: Gerente
SUPERIOR INMEDIATO	: Junta General de Socios
SUBALTERNOS	: Seis
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la Empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Representar legalmente a la empresa.• Planificar y organizar las actividades de la empresa.• Dirigir y controlar al personal de la empresa.• Realizarlos trámites correspondientes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.• Realizar convenios para la constante capacitación del personal de la empresa.	
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Coordinar y supervisar todas las actividades del personal que este a su mando.• Trabajar profesionalmente usando su criterio para beneficio de todos.• Debe tener iniciativa propia.	
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Título Ingeniero Comercial• Tener conocimiento en manejo del servicio que se ofrece.• Experiencia mínima dos años en funciones similares	

CÓDIGO	: 002
DEPARTAMENTO	: Asesoría Jurídica
NIVEL	: Asesor
TÍTULO DEL PUESTO	: Asesor Jurídico
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: -----
NATURALEZA DEL PUESTO: Asesorar e intervenir en los asuntos legales que tenga que ver con la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a la empresa en la materia legal. • Legalizar los documentos para contratar al personal. • Estar al día con las Leyes y Políticas para la intervención representando a la empresa en asuntos judiciales. • Planificar, asignar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades de Asesoría Jurídica en las distintas áreas que la integran. • Ejercer la representación como Mandatario Judicial de la Empresa en todo asunto de carácter legal. • Coordinar y asesorar elaboración de reglamentos, acuerdos y demás disposiciones legales de la Empresa. • Revisar minutas de contratos. • Proporcionar Asesoría Legal a Junta Directiva, Gerencia y demás dependencias de la Empresa. • Participar e integrar comisiones de trabajo. • Cualquier otra actividad que le sea asignada por la Gerencia. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
Responsable de su trabajo, coordinar de manera legal las actividades a su cargo.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Abogado • Experiencia dos años en funciones similares. 	

CÓDIGO	: 003
DEPARTAMENTO	: Secretaría
NIVEL	: Auxiliar
TÍTULO DEL PUESTO	: Secretaria
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: -----
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de secretaría, y asistencia directa al Gerente de la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tramitar pedidos u órdenes del jefe. • Tener la información administrativa al día. • Mantener el archivo de documentación recibida y entregada. • Controlar la asistencia del personal. • Asistir de manera adecuada al Gerente de la empresa. • Atender y anunciar a las personas, previa cita con los Asesores y Gerente. • Llevar agenda diaria de reuniones. • Llevar registro de toda la correspondencia. • Elaborar cotizaciones para clientes, informes, resoluciones, oficios y otros documentos. • Rendir información de las actividades que se efectúan. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretaria y tener buenas relaciones interpersonales.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Secretaria Ejecutiva • Experiencia de 1 año en funciones similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales. 	

CÓDIGO	: 003
DEPARTAMENTO	: Financiero
NIVEL	:
TÍTULO DEL PUESTO	: Contador
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: -----
NATURALEZA DEL TRABAJO: Responsable de la planificación, organización y coordinación de todo lo relacionado con el área contable, con el fin de obtener los estados financieros de la empresa y controlar la labor presupuestaria de costos.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilizar las transacciones efectuadas por la empresa. • Ejecutar un correcto manejo del dinero en efectivo y documentos de la empresa. • Realizar roles de pago del personal. • Mantener al día los libros contables y elaborar los estados financieros. • Realizar reportes de ingresos y egresos que realiza la empresa. • Participar en las sesiones del comité de gastos de la empresa • Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Requiere de responsabilidad y conocimiento en el área de Finanzas para la adecuada toma de decisiones de la empresa.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Contadora autorizado. • Experiencia de 1 año en funciones similares. • Conocimientos en gestión contable administrativa en general y manejo avanzado del Sistema Operativo Windows. 	

CÓDIGO	: 005
DEPARTAMENTO	: Conserjería
NIVEL	: Auxiliar
TÍTULO DEL PUESTO	: Conserje
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: -----
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar labores de limpieza y de apoyo en actividades sencillas de oficina, mensajería y reparación y mantenimiento de edificios.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Barrer, limpiar y pulir pisos. • Lavar paredes, ventanas, pilas y servicios sanitarios. • Realizar labores de limpieza de las instalaciones, equipo y mobiliario de oficina. • Trasladar muebles y equipo de oficinas • Preparar, llevar y traer documentos, materiales, evidencias, medicamentos, constancias, • Realizar labores de mensajería. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
Trabaja siguiendo instrucciones generales y las normas que se dicten al efecto. Le puede corresponder supervisar la limpieza de las instalaciones, coadyuvar con las labores de mantenimiento y reparación del edificio.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener Título de Bachiller. • Experiencia de por lo menos dos en funciones similares. • Manejo adecuado de armas. • Haber pasado el curso premilitar 	

CÓDIGO	: 006
DEPARTAMENTO	: Servicios
NIVEL	: Operativo
TÍTULO DEL PUESTO	: Obrero
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, coordinar, dirigir y controlar todas las actividades del departamento de servicios.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tratar de manera correcta al cliente que llega a obtener el servicio. • Promocionar los servicios que presta el albergue. • Efectuar su trabajo con asepsia y prolijidad • Elaborar y hacer ejecutar los programas de servicios que se van a prestar. • Supervisar y controlar los inventarios de materias primas e insumos. • Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento. • Realizar un correcto control de calidad del servicio. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de mucha responsabilidad. • Debe realizar sus actividades con estilo delicadeza ingenio y arte. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de dos años en funciones similares. 	

CÓDIGO : 007
DEPARTAMENTO : Servicios
NIVEL : Operativo
TÍTULO DEL PUESTO : Obrero
SUPERIOR INMEDIATO : Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, coordinar, dirigir y controlar todas las actividades del departamento de servicios.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Tratar de manera correcta al cliente que llega a obtener el servicio.
- Promocionar los servicios que presta el albergue.
- Efectuar su trabajo con asepsia y prolijidad
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de servicios que se van a prestar.
- Supervisar y controlar los inventarios de materias primas e insumos.
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.
- Realizar un correcto control de calidad del servicio.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto requiere de mucha responsabilidad.
- Debe realizar sus actividades con estilo delicadeza ingenio y arte.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

CÓDIGO	: 008
DEPARTAMENTO	: Servicios
NIVEL	: Operativo
TÍTULO DEL PUESTO	: Obrero
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, coordinar, dirigir y controlar todas las actividades del departamento de servicios.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tratar de manera correcta al cliente que llega a obtener el servicio. • Promocionar los servicios que presta el albergue. • Efectuar su trabajo con asepsia y prolijidad • Elaborar y hacer ejecutar los programas de servicios que se van a prestar. • Supervisar y controlar los inventarios de materias primas e insumos. • Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento. • Realizar un correcto control de calidad del servicio. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de mucha responsabilidad. • Debe realizar sus actividades con estilo delicadeza ingenio y arte. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de dos años en funciones similares. 	

CÓDIGO	: 009
DEPARTAMENTO	: Servicios
NIVEL	: Operativo Temporal
TÍTULO DEL PUESTO	: Médico Veterinario
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, coordinar, dirigir y controlar todas las actividades del departamento de servicios.	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica, coordina y ejecuta programas de saneamiento animal. • Realiza diagnósticos y control de los animales. • Realiza y analiza exámenes de laboratorio. • Aplica tratamientos a los animales. • Realiza intervenciones quirúrgicas y curas en general. • Lleva registros genealógicos de los animales. • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. • Realiza cualquier otra tarea que le sea asignada. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de mucha responsabilidad. • Debe realizar sus actividades con estilo delicadeza. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de dos años en funciones similares. 	

ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero determinamos cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, en función de los requerimientos necesarios para la implementación de la empresa como: recursos humanos, materiales físicos para cubrir la capacidad instalada de producción mediante un ejercicio económico a lo largo de la vida útil de la misma.

El estudio financiero contendrá los siguientes instrumentos:

- Inversiones del proyecto.
- Fuentes de financiamiento
- Presupuestos de costos e ingresos totales
- Punto de equilibrio
- Evaluación financiera

INVERSIONES DEL PROYECTO

Las inversiones representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: fijos, diferidos y capital de trabajo. Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse el caso de que aun en esta fase sea necesario el realizar inversiones, ya sea para renovar activos desgastados o porque sea necesario incrementar la capacidad de producción.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa que ha planificado obtener para las operaciones administrativas teniendo como

característica especial que sufren depreciación entre los activos están vehículo, muebles y enseres , maquinaria, adecuación e instalación equipo de computación ,equipo de oficina herramientas de producción los cuales son necesarios para la ejecución del proyecto

Seguidamente se expone la caracterización de cada uno de los activos.

Equipo

Se ha considerado comprar las casetas y las jaulas la cual tienen un presupuesto de 7620 dólares.

Cuadro No. 25

DESCRIPCIÓN DE EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Casetas	30	134,00	4020,00
Jaulas	30	120,00	3600,00
TOTAL			7620,00

FUENTE: Almacenes de la Ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Autora

Herramientas

Son aquellas herramientas que sirven para los servicios que se prestara en el albergue con un costo de \$. 308.

Cuadro No. 26

DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Tijeras	4	22,00	88,00
Cepillos	5	8,00	40,00
Secadoras	3	60,00	180,00
TOTAL			308,00

FUENTE: Centros Comerciales

ELABORACIÓN: Autora

Muebles y Enseres

Para el presente proyecto se ha planificado adquirir escritorio, sillones giratorios, archivador etc. Los mismos que servirán para cumplir de forma eficiente las funciones administrativas que debe cumplir la empresa. Estos activos fueron cotizados, en diferentes mueblerías de la localidad cuyo costo es de \$1.198.

Cuadro No. 27

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Archivadores	2	180,00	360,00
Armario	1	175,00	175,00
Escritorios	2	160,00	320,00
Silla Giratoria	1	85,00	85,00
Mesas	2	60,00	120,00
Sillas	6	23,00	138,00
TOTAL			1198,00

FUENTE: Mueblería Bernal Segarra

ELABORACIÓN: Autora

Accesorios para Mascotas

La empresa adquiere accesorios de mascotas como tolvas para comida, bebederos y artículos como collares, pelotas, camas dando un valor total de \$930,00.

Cuadro No 28

ACCESORIOS PARA MASCOTAS			
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Tolvas para Comida	30	15	450,00
Bebederos	30	8	240,00
Artículos para mascotas (collares, pelotas, camas)	12	20	240,00
TOTAL			930,00

FUENTE: Veterinarias de la Ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Autora

Equipo de computación.

La empresa ha planificado la compra de una computadora precio de \$800.

Cuadro No 29

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de escritorio Intel i-3 2,90 Gh7 4 puertos USB, Disco Duro de 500 GB	1	800,00	800,00
SUBTOTAL			800,00
REINVERSIÓN			
Computadora de escritorio	1	1000,00	1000,00
SUBTOTAL			1000,00
TOTAL			1800,00

FUENTE: TOONERS

ELABORACIÓN: Autora

Equipo de Oficina

Constituyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente estos valores se detallan a continuación y su costo es de \$. 147,00

Cuadro No 30
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadora	1	50,00	50,00
Perforadora	1	12,00	12,00
Engrapadora	1	10,00	10,00
Teléfono- Fax	1	75,00	75,00
TOTAL			147,00

FUENTE: Graficas Santiago

ELABORACIÓN: Autora

Resumen de Depreciaciones

Cuadro No 31
DEPRECIACIONES

DESCRIPCION	MONTO	% DE DEPRECIACION	Depreciación Anual	Valor Residual
Equipo	7620,00	10%	762,00	3810,00
Herramientas	308,00	10%	30,80	154,00
Muebles y Enseres	1198,00	10%	119,80	599,00
Equipo de Computo	800,00	33%	264,00	8,00
Accesorios	930,00	10%	93,00	465,00
Equipo de Oficina	147,00	10%	14,70	73,50
TOTAL			1191,30	5109,50
Reinversión de Equipo de Computo	1000,00	33%	330	340,00

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro No 32

ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Equipo	7620,00
Herramientas	308,00
Muebles y Enseres	1198,00
Equipos de Oficina	147,00
Equipo de Computación	800,00
Accesorios	930,00
TOTAL	11003,00

FUENTE: Inv. Directa

ELABORACIÓN: Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos.

Adecuación e Instalaciones.

Son los gastos concernientes arreglo y pintado del local instalación de letrero publicitario, línea telefónica estableciéndose en un total de \$ 647,00 como se detalla en el cuadro siguiente.

Cuadro No 33

Adecuación e Instalaciones			
Descripción	Medidas	Precio Unitario	Precio Total
Área de Administración	30	9,00	270,00
Área de Servicio	40	9,00	360,00
Bodegas	10	1,70	17,00
TOTAL	80		647,00

FUENTE: Arq. Daniel Mena

ELABORACIÓN: Autora

GASTOS DE CONSTITUCION

Son los gastos necesarios para la constitución, inicio de actividad o ampliación de la actividad de la empresa, dando un costo de \$. 500.

ESTUDIOS PRELIMINARES

Son estudios previos al desarrollo de un proyecto en donde se recaba, analiza y procesa toda la información que de una u otra forma determina varios aspectos tales como: requerimientos del cliente, características y normatividad, por un costo de \$. 740,00.

PATENTE

Son derechos exclusivos concedidos por el Estado. La suma de estos rubros equivale a \$. 300.

Cuadro No 34

Gastos de Constitución	
DESCRIPCION	COSTO
Gastos de Constitución	500
Estudios Preliminares	740
Patentes	300
TOTAL	1540

FUENTE: Gad. Municipal de Loja

ELABORACION: Autora.

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro No 35

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Gastos de Constitución	500,00
Estudios Preliminares	740,00
Patentes	300,00
Adecuación e Instalaciones	647,00
TOTAL	2187,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES.

Es la parte de las inversiones que se destina para resolver los costos de producción y de operación al inicio del funcionamiento del proyecto; es el dinero que se dispone para trabajar y en función del mismo proceder a realizar la rotación de inventarios.

Este capital se lo ha calculado para tres meses, puesto que luego de este lapso se generará ingresos por la venta del producto que la empresa ofrecerá.

Materia Prima Directa

Son los materiales que se necesitara para el servicio entre ellos se describen alimento de perro, shampoo, jabón para mascotas, con un costo de \$1039.20

Cuadro No. 36

Materia Prima Directa					
DESCRIPCIÓN	CANT.	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Alimento de Perro	2	30 Kg	34,80	69,60	835,20
Shampoo	2	Galón	5,50	11,00	132,00
Jabón	1	Docenas	6,00	6,00	72,00
Total			46,30	86,60	1039,20

FUENTE: Veterinarias de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Autora

Mano de Obra Directa

Es aquella que se encuentra directamente inmersa en el servicio, se ha creído conveniente utilizar un Gerente-Veterinario y un obrero que se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro No 37

Mano de Obra Directa		
DESCRIPCIÓN	Gerente – Veterinario	Obrero
Sueldo Basico	354,00	354,00
Décimo Tercero	29,50	29,50
Décimo Cuarto	29,50	29,50
Aporte Patronal 11,15%	39,47	39,47
Aporte IECE 0,5%	1,77	1,77
Aporte al Secap 0,5%	1,77	1,77
Total Mensual	456,01	456,01
Total Anual	5472,132	5472,132

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Autora

Salarios de Personal Administrativo.

Se contara con una secretaria-contadora, conserje a los mismos se les cancelara el sueldo básico; además se contratará los servicios de un abogado el cual será el asesor jurídico de la empresa al cual se le cancelará un sueldo temporal.

Cuadro No. 38

Sueldos Administrativos		
DESCRIPCIÓN	Secretaria- Contadora	Asesor Jurídico
Sueldo Básico	354,00	80,00
Décimo Tercero	29,50	0,00
Décimo Cuarto	29,50	0,00
Vacaciones	14,75	0,00
Aporte Patronal 11,15%	39,47	0,00
Fondos de Reserva	0,00	0,00
Aporte IEES 0,5%	1,77	0,00
Aporte al Secap 0,5%	1,77	0,00
Total Mensual	470,76	80,00
Total Anual	5649,13	960,00

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Autora

Servicios Básicos.

Dentro de los servicios básicos están los necesarios para la operación de la planta, y los necesarios para lo administrativo, este costo sería de \$. 571,08.

Cuadro No 39

SERVICIOS BÁSICOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	Kw	185	0,12	22,20	266,40
Agua Potable	m3	240	0,10	23,04	276,48
Teléfono	minutos	47	0,05	2,35	28,20
TOTAL				47,59	571,08

FUENTE: EERSA, CNT, I. Municipalidad de Loja

ELABORACIÓN: Autora

Útiles de oficina.

Comprende todos los útiles necesarios para el desempeño del personal administrativo cuyo costo es de \$. 63,74 mensual y \$. 764,82 anual.

Cuadro No 40					
UTILES DE OFICINA					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Carpeta Archivo	UNIDADES	4	2,35	9,40	112,80
Esferos BIC surtido	CAJA 12	1	5,45	5,45	65,40
Corrector BIC	UNIDADES	2	0,85	1,70	20,40
Resaltador PELIKAN	UNIDADES	3	0,6	1,80	21,60
Tinta de Impresora Negra	CAJA	1	10	10,00	120,00
Tinta de Impresora Color	CAJA	1	20	20,00	240,00
Hojas A4	RESMAS	1	3,9	3,90	46,80
Facturero	CIENTOS	2	1	2,00	24,00
Tinta de Sellos	UNIDADES	1	1,3	1,30	15,60
Marcador Permanente PELIKAN	CAJA	0,5	3,57	1,79	21,42
Cartulina	UNIDADES	15	0,35	5,25	63,00
Cuaderno Academico Espiral 100 hojas	UNIDADES	1	1,15	1,15	13,80
TOTAL				63,74	764,82

FUENTE: Librería Dieguito

ELABORACIÓN: Autora

Útiles de aseo

Este rubro abarca todos los útiles necesarios para el aseo y limpieza de la planta cuyo costo total es de \$ 72,19 mensuales y \$. 866,28 anuales.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Escoba	UNIDAD	4	2,50	10,00	120,00
Recogedor de Basura	UNIDAD	2	2,50	5,00	60,00
Detergente AS 3.000 gr	UNIDAD	2	11,25	22,50	270,00
Franelas	Metros	2	2,00	4,00	48,00
Limpia Vidrios	UNIDAD	1	3,85	3,85	46,20
Papel Higienico Familia	DOCENA	2	6,19	12,38	148,56
Toalla de manos	UNIDAD	1	2,50	2,50	30,00
Desinfectante Kalipto	GALON	1	6,10	6,10	73,20
Alfombra	UNIDAD	1	3,11	3,11	37,32
Trapeador	UNIDAD	1	2,75	2,75	33,00
TOTAL				72,19	866,28

FUENTE: Comercial Loja Limpia
ELABORACIÓN: Autora

Arriendo

El valor que se pagara por el arriendo del local es de \$400 mensuales esta empresa estará ubicada en el barrio Amable María

Cuadro No. 42

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Local	1	400,00	4800,00
TOTAL		400,00	4800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Autora

Gastos de Ventas

Este comprende el desembolso que tiene que realizar la empresa por gastos propios de las actividades de venta, en especial que sean fuera del local

Publicidad

Para dar a conocer el servicio del albergue se lo hará por la radio rumba Estéreo y se entregara volantes el mismo tendrá un costo de \$. 55,00 mensuales y \$. 660 anuales.

Cuadro No. 43

GASTOS PUBLICITARIOS				
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	2 diarias por 45 segundos	45,00	45,00	540,00
Hojas Volantes	500	0,02	10,00	120,00
TOTAL			55	660,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

Uniformes del Personal

El personal de la empresa contará con un uniforme acorde a los servicios que brindará el albergue, cuyo rubro tendrá un costo de \$. 31,50 mensual y \$. 378,00 anual.

Cuadro No 44

UNIFORMES DEL PERSONAL			
DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Mandil	2	28,00	336,00
Gorra	2	0,70	8,40
Mascarilla	4	1,00	12,00
Guantes	4	1,80	21,60
TOTAL		31,50	378,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

Mantenimiento de Equipo

Se realizara el mantenimiento del equipo en este caso a las casetas y jaulas que se necesitara para las mascotas, el cual tendrá un costo de \$. 6,35 y \$. 76,20 anual.

Cuadro No. 45

MATENIMIENTO DE EQUIPO		
DESCRIPCIÓN	PRECIO	PORCENTAJE
Mantenimiento de Equipo	7620,00	1%
Total Mensual		6,35
Total Anual		76,20

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

Cuadro No 46

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Útiles de Oficina	5,31	63,74
Útiles de Aseo	6,02	72,19
Arriendo	400,00	4.800,00
Sueldos Administrativos	536,01	6.432,13
TOTAL	947,34	11.368,06

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

Cuadro No 47

GASTOS DE VENTA		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gastos Publicitarios	55	660
TOTAL	55,00	660,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

Cuadro No 48

RESUMEN COSTOS DE PRODUCCION	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Materia Prima Directa	86,60
Mano de Obra Directa	912,02
Servicios Básicos	571,08
Uniformes del Personal	378,00
Mantenimiento de Equipo	6,35
Gastos Administrativos	947,34
Gastos de Venta	55,00
TOTAL	2956,39

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

Inversión Total

Cuadro No 49

DESCRIPCION	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Equipo	7.620,00	
Herramientas	308,00	
Muebles y Enseres	1.198,00	
Equipos de Oficina	147,00	
Equipo de Computación	800,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		10.073,00
ACTIVOS DIFERIDOS		

Gastos de Constitución	500,00	
Estudios Preliminares	740,00	
Patentes	300,00	
Adecuación e Instalaciones	647,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		2.187,00
CAPITAL DE TRABAJO		
COSTOS DE PRODUCCION		
Materia Prima Directa	86,60	
Mano de Obra Directa	912,02	
Servicios Básicos	47,59	
Uniformes del Personal	31,50	
Mantenimiento de Equipo	6,35	
TOTAL COSTOS PRODUCCION		1.084,06
GASTOS DE ADMINISTRACION		
Útiles de Oficina	5,31	
Útiles de Aseo	6,02	
Arriendo	400,00	
Sueldos Administrativos	536,01	
TOTAL GAST. ADMINIST.		947,34
GASTOS DE VENTA		
Gastos Publicitarios	55,00	
TOTAL GASTOS DE VENTA		55,00
INVERSION TOTAL		14.346,40

FINANCIAMIENTO.

Para el presente proyecto de inversión se ha planificado financiarlo mediante el aporte de los socios y un crédito externo realiza en una entidad financiera

pública como es el Banco Nacional de Fomento donde su busco las tasas de interés más bajas para la empresa.

El crédito comercial para este proyecto se lo realizará con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 34,85% que corresponde a \$. 5000 a 5 años plazo semestral, como fuente interna el 65,15% que corresponde a \$.9346,40 siendo este el aporte de los socios.

CUADRO No. 50

DESCRIPCION DEL FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION		
Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	9346,40	65,15
Capital Externo	5000,00	34,85
Total	14.346,40	100,00

Fuente: Inv. Directa

Elaboración: Autora

Tabla de Amortización (Fuente Externa)

Cuadro No. 51

TABLA DE AMORTIZACION						
PRESTAMO:		5000,00	CAPITALIZACIÓN:		Semestral	
TASA DE INTERES:		15%	ENTIDAD FINANCIERA:		BNF	
PLAZO:		5 AÑOS				
AÑOS	TRIMESTRES	CAPITAL	INTERES 15%	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDO	SALDO
1	1	5000,00	375,00	500,00	875,00	4500
	2	4500,00	337,50	500,00	837,50	4000
2	1	4000,00	300,00	500,00	800,00	3500
	2	3500,00	262,50	500,00	762,50	3000
3	1	3000,00	225,00	500,00	725,00	2500
	2	2500,00	187,50	500,00	687,50	2000
4	1	2000,00	150,00	500,00	650,00	1500
	2	1500,00	112,50	500,00	612,50	1000
5	1	1000,00	75,00	500,00	575,00	500
	2	500,00	37,50	500,00	537,50	0

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaboración: Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es necesario tomar como base el servicio programado en relación con la capacidad utilizada del proyecto.

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 2.70% del año 2013.

Cuadro No 52

PRESUPUESTOS PROYETADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO					
COSTOS DE PRODUCCION					
Materia Prima Directa	1.039,20	1.067,26	1.096,07	1.125,67	1.156,06
Mano de Obra Directa	10.944,26	11.239,76	11.543,23	11.854,90	12.174,98
Servicios Básicos	571,08	586,50	602,33	618,60	635,30
Uniformes del Personal	378,00	388,21	398,69	409,45	420,51
Mantenimiento de Equipo	76,20	78,26	80,37	82,54	84,77
Depreciación de equipo	762,00	762,00	762,00	762,00	762,00
Depreciación de herramientas	30,80	30,80	30,80	30,80	30,80
Depreciación de accesorios	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00
TOTAL COSTOS PRODUCCION	13.894,54	14.245,78	14.606,50	14.976,96	15.357,42
COSTOS OPERATIVOS					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Útiles de Oficina	63,74	65,46	67,22	69,04	70,90
Útiles de Aseo	72,19	74,14	76,14	78,20	80,31

Arriendo	4.800,00	4.929,60	5.062,70	5.199,39	5.339,78
Sueldos Administrativos	6.432,13	6.605,80	6.784,16	6.967,33	7.155,45
Depreciación Muebles y Enseres	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80
Depreciación Equipo de oficina	14,70	14,70	14,70	14,70	14,70
Depreciación de computo	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
TOTAL GAST. ADMINIST.	11.766,56	12.073,49	12.388,72	12.712,46	13.044,93
GASTOS DE VENTA					
Gastos Publicitarios	660,00	677,82	696,12	714,92	734,22
TOTAL GASTOS DE VENTA	660,00	677,82	696,12	714,92	734,22
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses del préstamo	712,50	562,50	412,50	262,50	112,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	712,50	562,50	412,50	262,50	112,50
OTROS GASTOS					
Amortización de Activos Diferidos	437,40	437,40	437,40	437,40	437,40
TOTAL OTROS GASTOS	437,40	437,40	437,40	437,40	437,40
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	13.576,46	13.751,21	13.934,74	14.127,27	14.329,05
TOTAL EGRESOS	27.471,00	27.996,99	28.541,24	29.104,23	29.686,47
Reinversión Equipo de Computo		0	0	1.000,00	0
TOTAL COSTOS	27.471,00	27.996,99	28.541,24	30.104,23	29.686,47

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora

COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se los obtiene dividiendo los costos totales para el número de servicios al año.

Cuadro No 53

COSTO UNITARIO			
AÑOS	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO
1	27471,00	900	30,52
2	27996,99	900	31,11
3	28541,24	900	31,71
4	30104,23	900	33,45
5	29686,47	900	32,98

ELABORACIÓN: Autora

Precio de venta al Público

El precio de venta es determinado a partir de los costos a los cuales no se le incrementa ningún margen de utilidad, en este caso el precio venta al público se lo ha tomado de acuerdo a la competencia.

Cuadro No 54

AÑOS	COSTO UNITARIO PRODUCCION	PRECIO VENTA AL PUBLICO
1	30,52	40,00
2	31,11	45,00
3	31,71	50,00
4	33,45	50,00
5	32,98	50,00

ELABORACIÓN: Autora

Ingresos

Los ingresos se los obtiene a través de la realización de los servicios en el albergue, para lo cual se toma en cuenta la capacidad de efectuar el servicio por el precio de venta determinado, se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por los servicios al año.

Cuadro No 55

INGRESOS		
PRECIO VENTA AL PUBLICO	SERVICIOS AL AÑO	INGRESOS TOTALES
40,00	900,00	36000
45,00	900,00	40500
50,00	900,00	45000
50,00	900,00	45000
50,00	900,00	45000

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En todo proceso de servicio los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de servicio, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.

Costos Fijos

Se los representa a aquellos valores monetarios en que incurre la organización por el solo hecho de existir, independiente de que si existe o no ventas.

Costos Variables

Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función del servicio que se brinde, ya que están en relación directa con los niveles de servicio de la empresa.

Cuadro No 56

CLASIFICACIÓN DE COSTOS AÑO 1, AÑO 3, AÑO 5						
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
CAPITAL DE TRABAJO						
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia Prima Directa		1039,20		1096,07		1156,06
Mano de Obra Directa		10944,26		11543,23		12174,98
Servicios Básicos		571,08		602,33		635,30
Uniformes del Personal		378,00		398,69		420,51
Mantenimiento de Equipo		76,20		80,37		84,77
Depreciación de equipo	762,00		762,00		762,00	
Depreciación de herramientas	30,80		30,80		30,80	
Depreciación de accesorios	93,00		93,00		93,00	
TOTAL COSTOS PRODUCCION	885,80	13008,74	885,80	13720,70	885,80	14471,62
COSTOS OPERATIVOS						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Útiles de Oficina	63,74		67,22		70,90	
Útiles de Aseo	72,19		76,14		80,31	
Arriendo	4800,00		5062,70		5339,78	
Sueldos Administrativos	6432,13		6784,16		7155,45	
Depreciación Muebles y Enseres	119,80		119,80		119,80	
Depreciación Equipo de oficina	14,70		14,70		14,70	
Depreciación de computo	264,00		264,00		264,00	
TOTAL GAST. ADMINIST.	11766,56		12388,72		13044,93	
GASTOS DE VENTA						
Gastos Publicitarios	660,00		696,12		734,22	
TOTAL GASTOS DE VENTA	660,00		696,12		734,22	
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses del préstamo	712,50		412,50		112,50	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	712,50		412,50		112,50	
OTROS GASTOS						
Amortización de Activos Diferidos	437,40		437,40		437,40	
TOTAL OTROS GASTOS	437,40		437,40		437,40	
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	13576,46		13934,74		14329,05	
TOTAL EGRESOS						
Reinversión Equipo de Computo			1.000,00			
TOTAL	14462,26	13008,74	15820,54	13720,70	15214,85	14471,62
TOTAL COSTOS	27471,00		29541,24		29686,47	
ELABORACION: La Autora						

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de la producción, en el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos.

Cuadro No. 57

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	36.000,00	40.500,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
Total Ingresos	36.000,00	40.500,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
EGRESOS					
(-) Costos de Producción	13.894,54	14.245,78	14.606,50	14.976,96	15.357,42
Utilidad Bruta	22.105,46	26.254,22	30.393,50	30.023,04	29.642,58
(-) Costos de Operación	13.576,46	13.751,21	13.934,74	14.127,27	14.329,05
Utilidad Neta	8.529,00	12.503,01	16.458,76	15.895,77	15.313,53
15% utilidad a trabajadores	1.279,35	1.875,45	2.468,81	2.384,37	2.297,03
Utilidad antes de Imp. a la renta	7.249,65	10.627,55	13.989,95	13.511,40	13.016,50
25% Impuesto a la renta	1.812,41	2.656,89	3.497,49	3.377,85	3.254,12
Utilidad antes de la Reserva Legal	5.437,24	7.970,67	10.492,46	10.133,55	9.762,37
10% Reserva Legal	724,96	1.062,76	1.398,99	1.351,14	1.301,65
Total Utilidad Neta	4.712,27	6.907,91	9.093,46	8.782,41	8.460,72

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Autora

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

En toda empresa es importante anticiparse a los resultados y sobre esa base tomar decisiones que le permitan acercarse a conseguir los resultados esperados, uno de esos métodos es el punto de equilibrio. Este método permite cambiar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta importante para la toma de decisiones.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir si ofrecemos el producto a menos familias de las que se indica en el punto de equilibrio se obtendrá pérdidas y si atendemos a más consumidores se obtendrá utilidades y cuanto mayor sea el número de familias mayores serán sus utilidades.

En Función a las Ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que se genera, para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)}$$

En función de la Capacidad Instalada

Se basa en la capacidad de servicio a ofrecer, determina el porcentaje de capacidad para brindar el servicio y así poder cubrir los costos, para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

Punto de Equilibrio Año 1

Método Matemático

DATOS:		
EJE DE X	0	100
CFT=	14462,26	14462,26
CVT=	13008,74	13008,74
CT=	14462,26	27471,00
VT=	0	36000,00

a) *En Función de la Capacidad Instalada.*

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{14462,26}{22991,26} \times 100$$

$$PE = 0,62903292 \times 100$$

$$PE = 62,90$$

b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

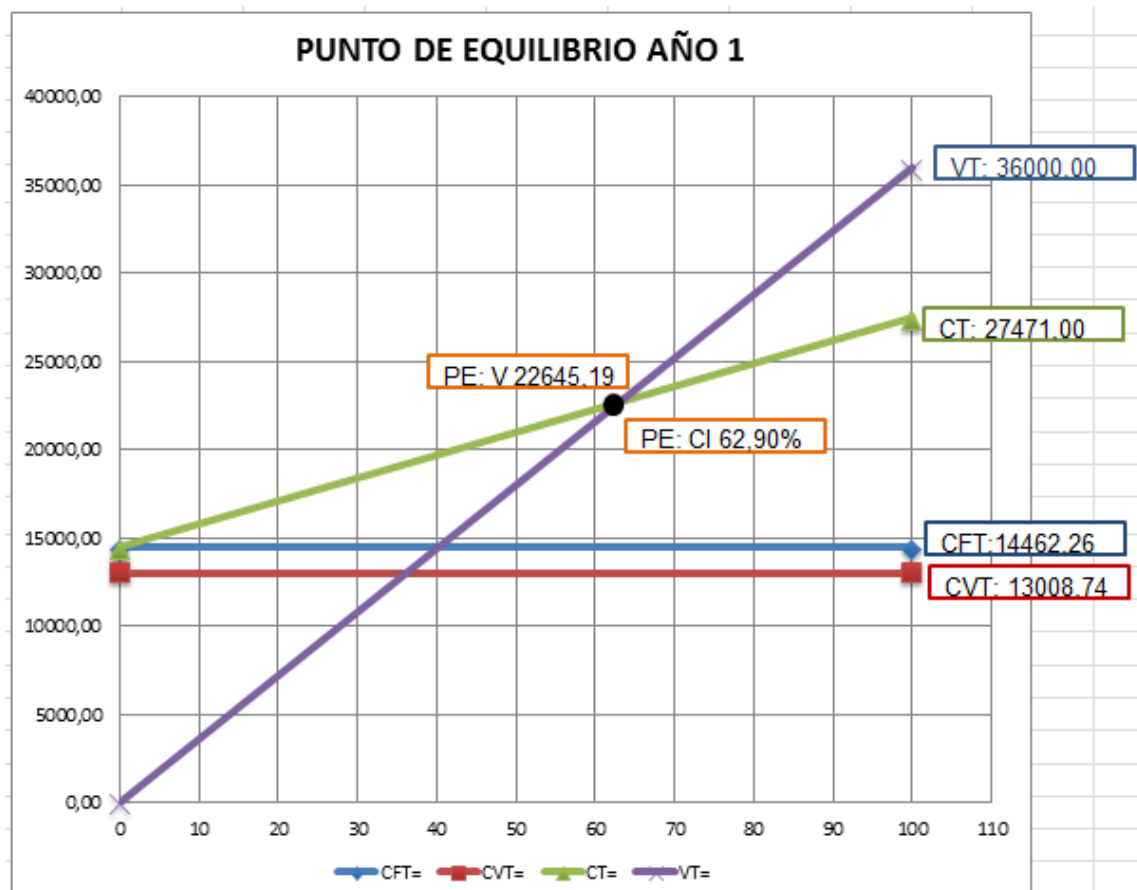
$$PE = \frac{14462,26}{0,638646}$$

$$PE = 22645,19$$

Método Gráfico

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio año 1.

Grafico No 31



Interpretación: Significa que la empresa trabajando el 62,90% de su capacidad instalada generará un ingreso de \$22645,19 dólares con los que se cubre los costos en los que se incide.

Punto de Equilibrio Año 3

1.- Método Matemático

DATOS:		
EJE DE		
X	0	100
CFT=	15820,54	15820,54
CVT=	13720,70	13720,70
CT=	15820,54	29541,24
VT=	0	45000,00

a) *En Función de la Capacidad Instalada.*

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{15820,54}{31279,30} \times 100$$

$$PE = 0,50578307 \times 100$$

$$PE = 50,58$$

b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

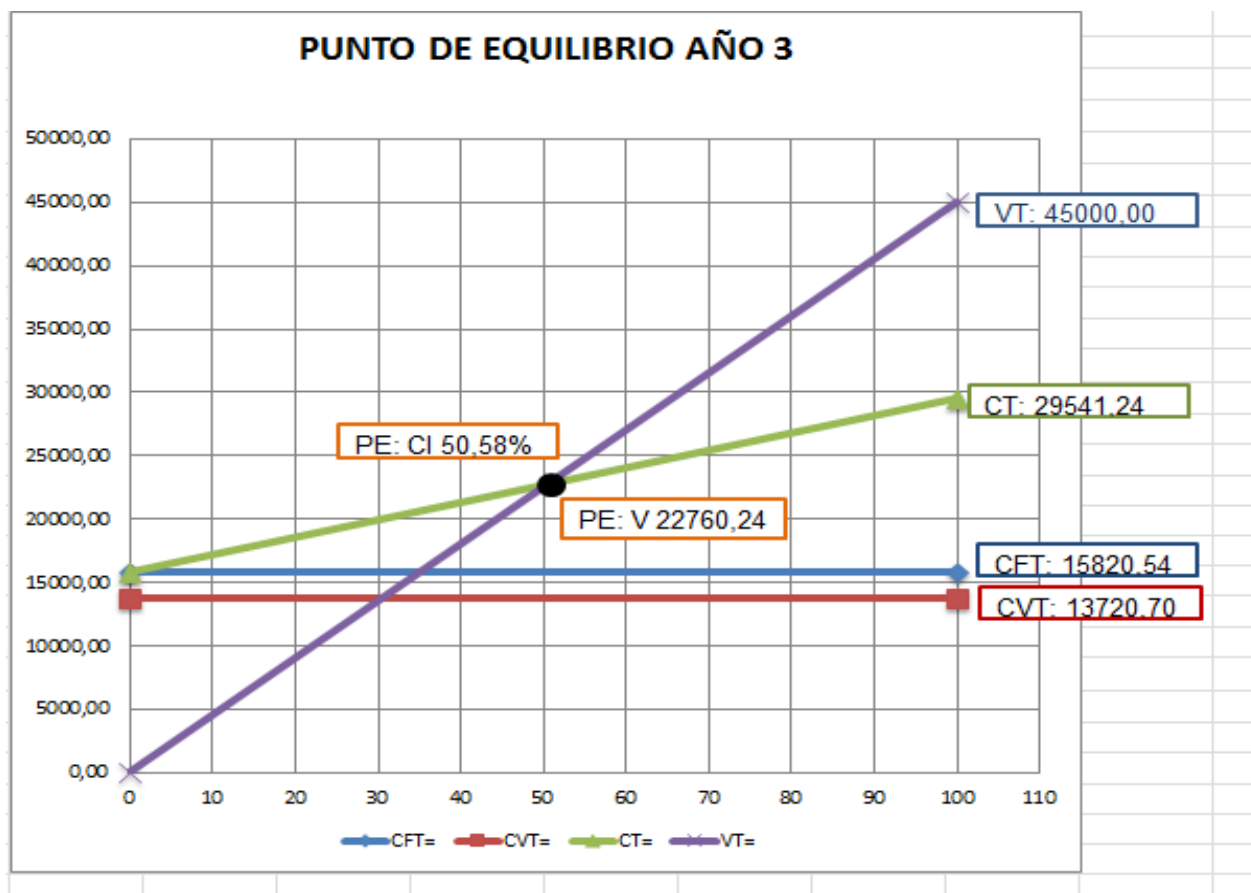
$$PE = \frac{15820,54}{0,69509557}$$

$$PE = 22760,24$$

Método Gráfico

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio año 3.

Gráfico 32



Interpretación: Significa que la empresa trabajando el 50,58% de su capacidad instalada generará un ingreso de \$22760,24 dólares con los que se cubre los costos en los que se incide.

Punto de Equilibrio del Año 5

1.- Método Matemático

DATOS:		
EJE DE		
X	0	100
CFT=	15214,85	15214,85
CVT=	14471,62	14471,62
CT=	15214,85	29686,47
VT=	0	45000,00

a.) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{15214,85}{30528,38} \times 100$$

$$PE = 0,49838384 \times 100$$

$$PE = 49,84$$

b.) En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

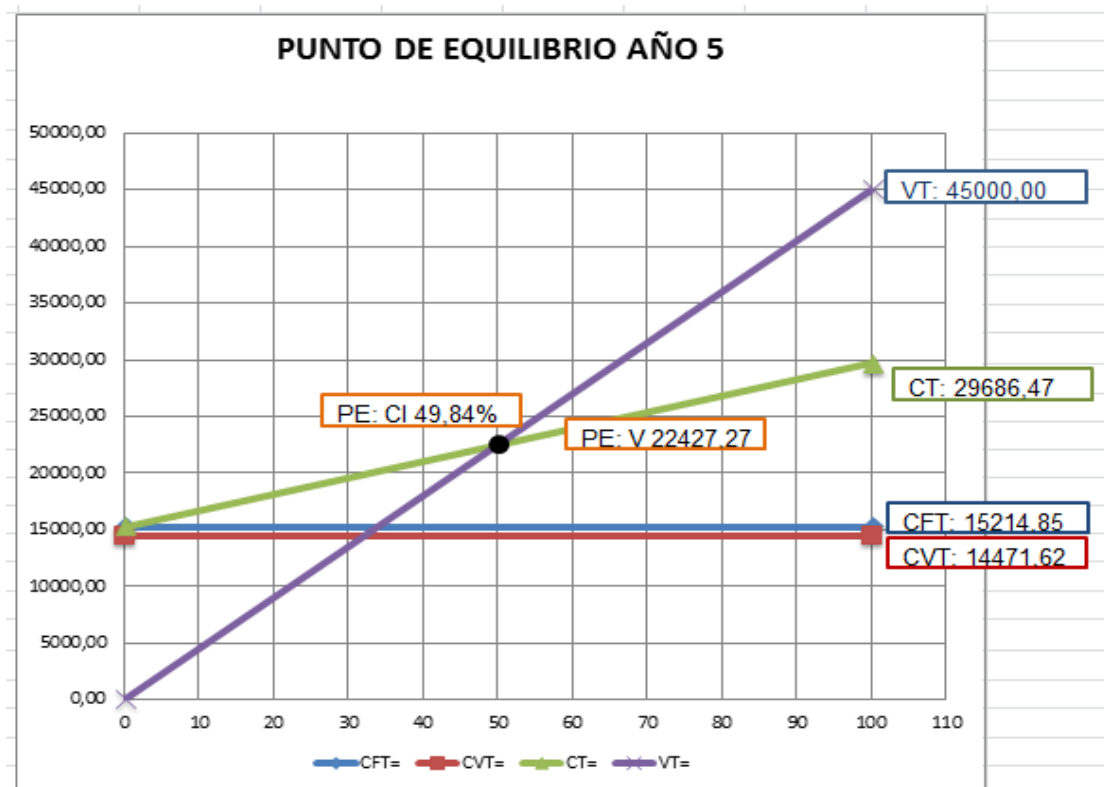
$$PE = \frac{15214,85}{0,67840845}$$

$$PE = 22427,27$$

2.- Método Gráfico

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio año 5

Gráfico No 33



Interpretación: Significa que la empresa trabajando el 49,84% de su capacidad instalada generará un ingreso de \$22427,27 dólares con los que se cubre los costos en los que se incide.

FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

El flujo de caja se obtiene de la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales de cada año.

En el cuadro siguiente se realiza el cálculo del flujo de caja que sirve de base para elaborar todos los métodos de evaluación para el presente proyecto de factibilidad.

Cuadro No 58

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		36.000,00	40.500,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
Crédito Banco de Fomento	5.000,00					
Capital propio	9.346,40					
Valor de rescate						5.449,50
Total de ingresos	14.346,40	36.000,00	40.500,00	45.000,00	45.000,00	50.449,50
EGRESOS						
Activo Fijos	10.073,00					
Activo Diferido	2.187,00					
Activo Circulante	2.086,40					
Presupuestos proyectados		27.471,00	27.996,99	28.541,24	30.104,23	29.686,47
(-) DEPRECIACIONES		-1191,30	-1191,30	-1191,30	-1191,30	-1191,30
(-) AMORTIZACION ACTIV. DIFERIDO		-437,40	-437,40	-437,40	-437,40	-437,40
15% Utilidad de los trabajadores		1.279,35	1.875,45	2.468,81	2.384,37	2.297,03
25% Impuesto a la Renta		1.812,41	2.656,89	3.497,49	3.377,85	3.254,12
(-) Amortización del Capital		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Total de egresos	14.346,40	29.934,06	31.900,63	33.878,84	35.237,75	34.608,93
FLUJO DE CAJA	-	6.065,94	8.599,37	11.121,16	9.762,25	15.840,57

FUENTE: Cuadro No. 52 y 55

Elaborado: Autora

EL VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto refleja el valor de dinero a través del tiempo; para el presente proyecto se ha obtenido un valor positivo de \$ 28449,84 lo que se significa que el proyecto es aceptable para la ejecución, dando a conocer que la empresa ha realizado una inversión que es factible.

El VAN representa en valores actuales el total, de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil.

Cuadro No. 59

VALOR ACTUAL NETO -VAN			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR ACTUAL
		0,91%	
1	6.065,94	0,99	6.011,23
2	8.599,37	0,98	8.444,97
3	11.121,16	0,97	10.822,99
4	9.762,25	0,96	9.414,85
5	15.840,57	0,96	15.139,09
SUMATORIA VALOR ACTUALIZADOS			49833,14

FUENTE: Cuadro No. 58

ELABORACIÓN: Autora

Aplicando la fórmula se obtiene:

FORMULA:		
VAN = \sum Valor Actualizados - Inversión		
VAN =	49.833,14	14.346,40
VAN=	35.486,74	

$$\text{F.A.} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$\text{F.A.} = \frac{1}{1,1044}$$

$$\text{F.A.} = 0,91$$

TASA INTERNA DE RETORNO

Para el presente proyecto se ha obtenido la TIR de 45,49% resultado que refleja la factibilidad de su ejecución al obtener una tasa mayor, a la que ofertan los bancos o entidades financieras a plazo fijo.

Descripción Tasa Interna de Retorno

Cuadro No. 60

TASA INTERNA DE RETORNO - TIR					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		53,27%		53,28%	
1	6065,94	0,65244	3.957,68	0,65	3957,42
2	8599,37	0,42568	3.660,60	0,43	3660,12
3	11121,16	0,27773	3.088,72	0,28	3088,12
4	9762,25	0,18121	1.768,97	0,18	1768,51
5	15840,57	0,11823	1.872,77	0,12	1872,16
TOTAL			14348,75		14346,33
INVERSION			14346,40		14346,40
TOTAL			2,35		-0,07

FUENTE: Cuadro No. 58

ELABORACIÓN: Autora

Fórmula

FORMULA				
TIR =	TASA MENOR +	DIFERENCIA DE TASAS	VAN MENOR	
			$\frac{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}{\text{VAN MENOR}}$	
	0,53	0,00	2,35	
			2,35	-0,07
	0,53	0,00	2,35	
			2,41	
	0,53	0,00	0,97	
	53,28%			

RELACION BENEFICIO COSTO

La relación del beneficio / costo para el presente proyecto tiene como resultado de 1,52; lo que significa que por cada dólar que adeuda la empresa tiene 0,52 para pagarlo.

Cuadro No. 61

RELACIÓN BENEFICIO- COSTO					
AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	36000,00	25200,00	0,99	35675,35	24972,75
2	40500,00	28350,00	0,98	39772,84	27840,99
3	45000,00	31500,00	0,97	43793,52	30655,47
4	45000,00	31500,00	0,96	43398,60	30379,02
5	50449,50	31500,00	0,96	48215,41	30105,06
TOTAL				210855,72	143953,28

FUENTE: Cuadro No. 55

ELABORACIÓN: Autora

Aplicando la formula se obtiene:

$$B/C = \frac{\text{Costos actualizados}}{\text{Ingresos actualizados}}$$

$$B/C = \frac{210855,72}{143953,28}$$

$$\frac{B}{C} = 1,46$$

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

El periodo de recuperación del capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, por ello la empresa planifica recuperar la inversión inicial en un periodo de 43 meses y 9 días lo que significa que el proyecto es aceptable ya que la inversión se recupera antes de que termine el periodo de vida útil del proyecto.

Cuadro No. 62

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL				
Año	Flujo neto	Factor de	Flujo	flujo actuali.
		Actualización	Actualizado	acumulado
1	6065,94	0,99	6066,93	6066,93
2	8599,37	0,98	8600,35	14667,28
3	11121,16	0,97	11122,13	25789,41
4	9762,25	0,96	9763,22	35552,63
5	15840,57	0,96	15841,53	51394,16

FUENTE: Cuadro No. 58

ELABORACIÓN: Autora

Su fórmula es:

PRC=	Año q Supera	Inversión- SuMATORIA Primeros
	Inversión +	Flujos Flujo Neto del año que supera inversión

		-	
PRC=	2	14346,40	6066,93
		<hr/>	
		14667,28	

		-	
		20413,33	
	2	14667,28	

	2	-1,3918	3,60824
--	---	---------	---------

PRC= 3,60* 12= 43,30

PRC= 0,30*30= 9

Análisis de Sensibilidad

El propósito del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto, frente al cambio imprevisto de una variable (ingresos o costos) asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

-Si el coeficiente es >1 el proyecto es sensible.

-Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.

- Si el coeficiente es $=1$ no hay efectos sobre el proyecto.

El análisis de sensibilidad para el proyecto se presenta en los cuadros No 63 y 64.

Cuadro No 63

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 8% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
		23,70%			34,90%		35,00%	
						-14346,40		-14346,40
1	27.471,00	33.981,63	36.000,00	2.018,37	0,76923	1.552,59	0,74627	1.506,25
2	27.996,99	34.632,28	40.500,00	5.867,72	0,59172	3.472,02	0,55692	3.267,83
3	28.541,24	35.305,51	45.000,00	9.694,49	0,45517	4.412,60	0,41561	4.029,12
4	30.104,23	37.238,93	45.000,00	7.761,07	0,35013	2.717,37	0,31016	2.407,15
5	29.686,47	36.722,16	45.000,00	8.277,84	0,26933	2.229,46	0,23146	1.915,99
TOTAL						37,64		-1220,07

FUENTE: Cuadro No 52

ELABORACION: Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$0,3490 \quad 0,0010 \quad 37,64$$

$$37,64 \quad -1220,07$$

$$0,35 \quad 0,00 \quad 37,64$$

$$1257,71$$

$$0,35 \quad 0,00 \quad 0,029931$$

NTIR= 34,90%

TIR DEL PROYECTO 53,28%

1. DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **18,38%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **34,49%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,99**

Cuadro No 64

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 8% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	Egresos TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
			30,00%		53,00%		54,00%	
						-14346,40		-14346,40
1	27.471,00	36.000,00	25.200,00	(2.271,00)	1,53	(3.474,63)	1,54	(3.497,34)
2	27.996,99	40.500,00	28.350,00	353,01	2,34	826,35	2,37	837,19
3	28.541,24	45.000,00	31.500,00	2.958,76	3,58	10.597,03	3,65	10.806,17
4	30.104,23	45.000,00	31.500,00	1.395,77	5,48	7.648,56	5,62	7.850,49
5	29.686,47	45.000,00	31.500,00	1.813,53	8,38	15.204,83	8,66	15.708,26
TOTAL						16455,74		17358,37

FUENTE: Cuadro No 52

ELABORACIÓN: Autora

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

53,0% 1,0% -18,2

-

53,0% 0,18230831

34,77%

1. DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **18,51%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **34,74%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad

= **99,92%**

h. CONCLUSIONES

Con el desarrollo del presente proyecto, se pudo establecer las siguientes conclusiones:

- A través del estudio de mercado se establece si las familias de la ciudad de Loja cuentan con una mascota canina, el mismo que me permitió desarrollar una investigación acerca de la implementación de un albergue para mascotas caninas en la ciudad de Loja al mismo tiempo que se establece la demanda potencial real y efectiva así como también la demanda insatisfecha.
- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía con Nombre Limitada y administrativamente se encontrara organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.
- Con respecto al estudio técnico se determina que la implementación del albergue quedaría ubicado en la zona Norte de la ciudad en el Barrio Amable María, frente al Parque Industrial tomando en cuenta que este lugar sería estratégico para los fines de este proyecto.
- El proceso operativo de los equipos será dirigido por personal calificado y con experiencia con la finalidad de realizar un trabajo eficiente.

- La inversión para el presente proyecto es de \$ 14346,40 al establecer el VAN, el presente proyecto nos da un valor positivo de \$. 35.486,74 dólares, lo cual asegura que la inversión tenga un valor positivo luego de los 5 años de vida útil del proyecto, la TIR es de 53,28 % este porcentaje si se ajusta al rango del crédito solicitado en el Banco de Fomento. La relación Beneficio Costo en el proyecto es de 1,46, lo que significa que por cada dólar que adeuda la empresa tendrá una utilidad de 0,46 centavos de dólar para pagarlo.
- Según el periodo de recuperación del proyecto se recobrará en un periodo de 43 meses y 9 días.
- Como conclusión final según el estudio financiero del proyecto el mismo si es factible para implementarlo en el mercado.

i. RECOMENDACIONES

- Que la organización de la empresa se lo realice con un carácter técnico, para lograr los indicadores expuestos en este trabajo.
- Que la sociedad de la ciudad de Loja nos culturicemos en cuanto al cuidado especial de nuestras mascotas.
- Que se lleve a cabo el proyecto ya que si es factible.

j. BIBLIOGRAFIA

- GUZMAN CASTRO, Fernando; El estudio económico - financiero y la evaluación en proyectos de la industria química
- <http://www.fao.org/docrep/010/ah876s/ah876s09.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- <http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias>
- PALACIO SALAZAR, Ivarth; Guía Práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos
- McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., / Economía, McGraw-Hill, 1997
- MIRANDA MIRANDA JUAN JOSE, Gestión de Proyectos
- www.forexeco.com

k. ANEXOS

Anexo 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS
CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Proyecto de Tesis previa a la
obtención de Grado de Ingeniera
Comercial.

AUTORA

Gabriela Zambrano Masache.

Loja -Ecuador.

2015

a. TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

La sobrepoblación de animales domésticos es una situación tan frecuente en todo el mundo, ocasiona uno de los más grandes problemas sociales que los activistas por los derechos de los animales deben enfrentar.

El perro es una de las mascotas más comunes en la sociedad, generalmente estos animales se convierten en un miembro más de la familia y corren con la suerte de tener un techo, comida y amor; pero como todo, hay excepciones y muchos perritos son habitantes de la calle los cuales al igual que los humanos corren peligros propicios de la urbanidad callejera y otros, son sometidos al maltrato físico por parte de sus amos.

Es muy lamentable comprobar que en los países Latinoamericanos existe una gran falta de información respecto a lo que verdaderamente significa hacerse responsable de un animal de compañía. A pesar de honrosas excepciones, en nuestros países los animales son considerados objetos descartables que a la larga sufrirán abusos masivos en manos de personas indiferentes y crueles. Este abuso no siempre será evidente, ya que para muchas personas, el tener a un perro constantemente amarrado en el techo de sus casas, alimentarlo con desperdicios de todo tipo, dejarlo vagabundear para que haga sus necesidades en la calle, o “buscarle novia” para continuar el ciclo de la sobrepoblación de animales domésticos no es percibido como negligencia o abuso. El problema es ciertamente complejo, pero no imposible de resolver si se trabajara en conjunto poniendo en práctica un plan que involucre la implementación de educación humanitaria y acción legislativa, lograremos erradicar este problema. Los perros que viven en la calle no la pasan bien, aunque parezca lo contrario. Ellos no gozan de la libertad que muchos creen. Por el contrario. La vida en la calle no les provee de alimento o agua como a los perros que tienen hogar.

Estos últimos, cuando tienen hambre o sed, solo van a sus platos a buscar el agua o la comida y saben que siempre estará ahí para ellos y si no la encuentran, se las arreglan para pedírselas a sus amos.

El perro de la calle no tiene plato de comida ni agua segura para beber. Debe buscarla día a día sorteando un sinfín de problemas: otros perros más grandes y dominantes no le permiten alimentarse o recibe de vez en cuando algunas migajas de cualquier cosa que le quieran dar y no siempre en buen estado. Muchas veces pasan días sin alimentarse pues hurgan entre las basuras buscando algo para comer. Y el alimento es solo uno de varios problemas. Tienen que procurarse un lugar cómodo donde dormir, evitar las peleas de territorio con otros perros, los abusos, golpes y maltratos de los "humanos", el atropello que muchas veces los mata y otras los deja heridos de muerte o con daño de por vida, las enfermedades propias de la especie y otras que le son traspasadas por nosotros (piojos, liendres, pulgas, sarna, etc), intentar sobrevivir a varias enfermedades letales en sus distintas etapas de vida, como el distemper, el parvovirus, el TVT y varias enfermedades hemorrágicas que los afectan especialmente cuando son cachorros. Y si están enfermos o con sarna son golpeados y perseguidos por los niños y por adultos por temor a que los vayan a contagiar. Lo más triste es que una buena parte de esos perros que viven en la calle han sido abandonados por sus propios amos porque crecieron mucho, ladraban mucho, eran hembras, o muy inquietos o muy celosos de su entorno, etc.

Con la ilusión de mejorar esta situación tan desastrosa por la que pasan las mascotas caninas, se emprendería con este proyecto que es un problema que actualmente se encuentra en auge; no solo dando un hogar a los perros callejeros sino brindando el servicio de guardería en caso de que sus dueños salgan de viaje o por sus trabajos no les puedan brindar la atención que estos animalitos necesitan.

"Tener una mascota es aprender a dar y recibir un amor incondicional que Si nos proponemos unir fuerzas, ideas y energía, con pocos recursos y con

mucho amor vamos a lograr construir una cadena de ayuda para ellas. No tiene explicación.”

Por lo expuesto se determina que el problema central del presente proyecto es LA INEXISTENCIA DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA, logrando de esta manera el bienestar de estos animalitos a nivel local.

JUSTIFICACIÓN

1. Justificación Académica.

La Universidad Nacional de Loja, tiene como misión formar profesionales críticos con conocimientos, capacidades y destrezas para vincularlos con la sociedad con el fin de aportar, incentivar, crear, y sustentar un desarrollo socio económico y empresarial, para que de esta manera se pongan en la práctica los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias. Así como también servirá para obtener el título de ingeniera Comercial.

2. Justificación Social.

Con la implementación de un albergue se dará un hogar provisional a los perros abandonados y se brindara el servicio de guardería, en caso de que sus dueños no puedan cuidarlos ya sea por alguna situación de trabajo o viaje, sobre todo los animalitos recibirán el cariño que necesitan para que recuperen la confianza hacia el ser humano, porque la mayoría de estas mascotas tienen miedo ya que han sido maltratados, abandonados y ni siquiera saben lo que es jugar, por lo que la sociabilización es fundamental para una buena recuperación del animal abandonado y reinserción tras su adopción.

8. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Realizar el Estudio de Factibilidad para implementar un albergue para mascotas caninas en la ciudad de Loja, con el fin de erradicar el abandono, fomentar la adopción y contar con el servicio de guardería propiciando un

ambiente social acorde con los animales donde puedan tener su propia legislación, sus propios derechos y donde cada ciudadano sea responsable de su mascota y valore la importancia de tener un animal de compañía.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha,
- Establecer un estudio técnico que nos permita determinar el tamaño, localización, la ingeniería del proyecto y la organización del albergue.
- Efectuar el respectivo estudio de inversión y financiamiento el mismo que nos permitirá determinar costos e ingresos en la empresa.
- Realizar la evaluación financiera para determinar el Valor Actual Neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación del capital y análisis de sensibilidad con la finalidad de ver si es factible o no el proyecto.

Elaborar las debidas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

MARCO TEORICO

HISTORIA DE LOS CANES Y SU DOMESTICACION

Es posible que, en vez de que el hombre haya domesticado al perro, los perros se hayan domesticado espontáneamente, escogiendo vivir cerca de los hombres, aunque la teoría más aceptada y extendida sobre su origen es que el perro proviene del lobo. Esta teoría plantea que, hace al menos 14000 años, el hombre consiguió domesticar a ejemplares de lobos para que le ayudara en la caza y en la defensa del grupo y de su morada. Poco a poco, al igual que se hizo y se hace con otras especies, se le fue adaptando a las necesidades del hombre creando diferentes razas para las distintas labores y características ambientales y geográficas.

El hombre se dio cuenta rápidamente de los finos sentidos del olfato y el oído

que poseía el perro -(su olfato es unas mil veces más potente que el nuestro y su oído es capaz de percibir sonidos muy por debajo y por encima del rango que oímos los humanos)-, y de su utilidad para la caza y las labores de guarda. El vínculo que los seres humanos mantenemos con los animales es muy estrecho, no obstante, nuestro enfoque antropocéntrico y utilitarista ha ocasionado que los veamos como simples objetos. Dependemos de los animales de muchas maneras y estamos tan acostumbrados a servirnos de ellos que nos rehusamos, quizás de manera inconsciente, a reconocer que son seres vivos como nosotros, capaces de sentir y de experimentar dolor y sufrimiento.

Nuestra poco amigable manera de relacionarnos con otras especies, está causando estragos profundos y provocando que el mundo tal y como lo hemos conocido hasta ahora, empiece a cambiar aceleradamente.

PROYECTOS DE INVERSION

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

IMPORTANCIA:

La importancia de un proyecto de inversión radica en la búsqueda de necesidades y nuevas oportunidades en el medio con la finalidad de buscar nuevas formas de satisfacer las mismas permitiendo desarrollar proyectos a fin de crear nuevas fuentes de trabajo.

OBJETIVO DE UN PROYECTO:

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

FASES DE UN PROYECTO DE INVERSION:

Un proyecto está compuesto por cinco fases las mismas que se mencionan a continuación:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Organizacional y Legales
- ✓ Estudio Financiero
- ✓ Evaluación Financiera

1. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una a otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

La importancia del estudio de mercado es proveer un marco teórico que permita:

- Explicar el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión.
- Evaluar el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta.
- Facilitar la valoración de los beneficios y costos del proyecto.¹²

Objetivos

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

¹² <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

9. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
10. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer
11. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
12. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta.

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos revelará información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.ⁱⁱ

Análisis de la demanda: Es la cantidad en unidades de bienes o servicios que estando o no en el mercado, se necesitan para el consumo de la comunidad, con el propósito de satisfacer una necesidad, con un precio determinado, así como en un tiempo establecido.¹³

Demanda Potencial: La demanda potenciales un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo

¹³www.mailxmail.com

comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas.

Demanda Real: Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios

Demanda Efectiva: Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre demanda global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores producción y empleo están en equilibrio.

Demanda insatisfecha: Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada.

Análisis de la Oferta: El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dan información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requiere. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir, nuestra competencia.¹⁴

Estrategias de Marketing

Las estrategias de Marketing, también conocidas como Estrategias de Mercadotecnia, Estrategias de Mercadeo o Estrategias Comerciales, consisten

¹⁴www.mailxmail.com

en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

Ejemplos de objetivos de marketing pueden ser: captar un mayor número de clientes, incentivar las ventas, dar a conocer nuevos productos, lograr una mayor cobertura o exposición de los productos, etc.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones del marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar, debemos analizar nuestro público objetivo para que, en base a dicho análisis, podamos diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

Pero al diseñar estrategias de marketing, también debemos tener en cuenta la competencia (por ejemplo, diseñando estrategias que aprovechen sus debilidades, o que se basen en las estrategias que les estén dando buenos resultados), y otros factores tales como nuestra capacidad y nuestra inversión. Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: estrategias para el producto, para el precio, para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación). Conjunto de elementos conocidos como las 4 Ps o la Mezcla (o el Mix) de Marketing (o de Mercadotecnia).

Producto: Cualquier cosa que se ofrece en el mercado para la atención, para la adquisición o consumo capaces de satisfacer una necesidad.

Precio: Es de interés fundamental para los compradores y para los vendedores, lo mismo unos que otros deben vigilar constantemente los precios.

Plaza: Es el lugar el cual la propiedad de un producto se transfiere de los fabricantes al comprador.

Promoción: Es un intento de influir en el público y aumentar las ventas.

2. ESTUDIO TECNICO:El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial

Tamaño: Es determinar los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, es decir, demanda, oferta, costos, etc.

CAPACIDAD INSTALADA

Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad.

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la Capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de Capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado. Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos Bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de Capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un Bien determinado.¹⁵

Cuando hay situaciones de Recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa o no utilizada. Este último término se usa equivocadamente para hacer referencia a los Recursos Naturales que las empresas, por razones de Costos o por causas de la estrechez del Mercado, no están en condiciones de explotar en un momento dado: así hay tierras que no conviene utilizar porque sus rendimientos son muy pobres y producirían Bienes a un Costo mayor que el que puede aceptar el Mercado; hay Recursos hidroeléctricos que no tiene sentido desarrollar por cuanto la capacidad de generación eléctrica ya instalada es suficiente para atender la Demanda, etc.

¹⁵ GUZMAN CASTRO FERNANDO, El estudio Económico y Financiero y la evaluación de proyectos de la industria química

Es un error frecuente pensar que la producción puede siempre utilizar por completo todos los Recursos Naturales y de Capital disponibles: la utilización o no de un Factor Productivo depende, en última instancia, de consideraciones económicas y no puramente técnicas, por lo cual no tiene sentido incorporar a la producción aquellos elementos que darían por resultado un Precio más alto que el del Mercado.¹⁶

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la capacidad práctica, muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo.

A diferencia de la capacidad de producción, la capacidad utilizada es la que realmente se utiliza o se ha utilizado, por ejemplo, una empresa puede tener una capacidad de producir 1 000 000 computadoras al año (capacidad de producción), pero sólo produce (o produjo) 900 000 (volumen de producción).

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Se dice de la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes. Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente.

CAPACIDAD FINANCIERA

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones (por citar algunas).

¹⁶HERNANDEZ ABRAHAM, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

Localización: Es buscar un lugar específico en la que se va a realizar las actividades económicas productivas.¹⁷

Macro localización: Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

Micro localización: Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Ingeniería del proyecto: Es el estudio técnico de los procesos que son necesarios para producir un bien o servicio, fundamentalmente se trata de dimensionar a ciencia cierta que materias primas intervienen en el proceso productivo.

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Estructura Orgánica: Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente reconocida por la empresa. La estructura informal es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros.

Niveles Jerárquicos: Cumplen funciones y responsabilidades a ellos asignados por ley, por necesidad, por costumbre, a lograr metas y objetivos.

Organigramas: Grafica que muestra la estructura Orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan.¹⁸

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL:

¹⁷ MIRANDA MIRANDA JUAN JOSE, Gestión de Proyectos

¹⁸<http://www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml#jera>

El organigrama estructural, está conformado por los cargos que se establecen dentro de una organización con la finalidad de llevar un orden jerárquico de los mismos.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL:

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

ORGANIGRAMA POSICIONAL:

El orgánico posicional, recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

Manual de Funciones: Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión

4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la última etapa del estudio de viabilidad financiera de un proyecto. En esta etapa se deberá ordenar y sistematizar la información de

carácter monetario que se suministraron en las etapas anteriores y así evaluar antecedentes para establecer la rentabilidad. La información financiera deberá sintetizarse para poder determinar y ordenar aquellos ítems que corresponden a inversiones, costos e ingresos derivados de estudios previos. Un caso importante es el cálculo del monto a ser invertido en capital de trabajo como así también y no menos importante el valor de desecho del proyecto de inversión.¹⁹

Inversión: La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

Financiamiento: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Presupuestos: Es un plan expresado al futuro en términos cuantitativos en base a los objetivos planteados y que pueden referirse a unidades de venta, unidades de producción, número de empleados, capacidad instalada, entre otros.

Activos Fijos: El activo fijo es una cuenta contable que corresponde a un bien o derecho de carácter duradero, con una expectativa de duración mayor que el ciclo productivo. Son aquellos bienes y derechos que una empresa necesita para funcionar de forma duradera. Según el negocio en cuestión, será necesario contar con más activo fijo o con menos (por ejemplo, una fábrica necesita un activo fijo mucho más importante que un comerciante).

¹⁹www.forexeco.com

Activos Diferidos: Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.

Capital de Trabajo: Se considera capital de trabajo a conceptos tales como: valores negociables e inventarios, efectivo en caja y bancos, los documentos y cuentas por cobrar, los inventarios de materias primas, de artículos en proceso de fabricación y de artículos determinados, las inversiones en valores que no tengan por objeto mantener el dominio administrativo de otras empresas, y otras partidas semejantes.

Ingresos: El ingreso de una empresa es la cantidad de dinero que obtiene de la venta de bienes y servicios en un período determinado, como, por ejemplo, un año. Los costes de una empresa son los gastos incurridos en la producción de bienes y servicios durante ese mismo período. Los beneficios son la diferencia entre los ingresos y los costes.

Gastos: La empresa realiza un gasto cuando obtiene una contraprestación real del exterior, es decir, cuando percibe alguno de estos bienes o servicios. Así, incurre en un gasto cuando disfruta de la mano de obra de sus trabajadores, cuando utiliza el suministro eléctrico para mantener operativas sus instalaciones, etc.

Costos: El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Punto de Equilibrio: se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el

volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tanto costos como gastos pueden ser fijos o variables.

Se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera:

Fórmula (2)

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Estado de Pérdidas y Ganancias: Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General. Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del Sector Paraestatal en un periodo determinado

Flujos de caja: El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.²⁰

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Evaluación Financiera: El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el VPN y TIR que veremos más adelante.

Valor actual neto: La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa.

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

²⁰<http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias>

Tasa interna de retorno: se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencias\ de\ tasas \left(\frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

$$P.R.C = Año\ que\ cubre\ la\ inversión + \left(\frac{Inversión - Suma\ primeros\ flujos}{flujo\ del\ período\ que\ supera\ la\ inversión} \right)$$

Relación Beneficio – Costo: La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

Análisis de Sensibilidad: El Análisis de Sensibilidad, facilita el estudio de los resultados de un proyecto, puesto que indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambiar o modificar de acuerdo a las circunstancias cambiantes de cada una de las variables que intervienen en el mismo.²¹

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad >a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad <a 1 el proyecto no es sensible.

FÓRMULAS

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

13.METODOLOGIA

En el presente trabajo Investigativo se utilizara los siguientes métodos y técnicas que se detallan a continuación:

- ❖ **MÉTODO CIENTÍFICO:** El método científico servirá para interpretar datos obtenidos de las encuestas realizadas a la población de Loja con lo cual obtendremos el porcentaje de personas que tengan mascotas caninas y los hogares se encuentren en posibilidades de adoptar una mascota en su hogar y le brinden el cuidado que necesita.

²¹ McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., / Economía, McGraw-Hill,1997

- ❖ **MÉTODO DEDUCTIVO:** Que permitirá ir de una información general a una particular, en si a saber los beneficios que tendrán tanto las mascotas como también mantener la ciudad libre de perros en las calles.
- ❖ **MÉTODO INDUCTIVO:** Este método que a través de la observación de hechos particulares se podrá obtener información general, la misma que servirá para profundizar el tema y determinar el proyecto de este albergue y servicio de guardería para mascotas caninas.
- ❖ **MÉTODO ANALÍTICO:** Este método servirá para analizar, observar y penetrar a la realidad en la que viven las mascotas caninas abandonadas en nuestra ciudad, la necesidad de encargar sus mascotas en una guardería porque no cuentan con el tiempo suficiente para cuidarlos.
- ❖ **METODO MATEMÁTICO:** La disciplina matemática que nos ayudará de manera directa para resolver problemas o plantear conceptos deducir, argumentar y contra argumentar resultados matemáticos que se obtengan a través del desarrollo del presente trabajo investigativo el cual nos servirá para sustentar y obtener datos y cifras reales sobre la población, crecimiento y años de vida útil de nuestro servicio en la Ciudad de Loja.

TÉCNICAS

- ✓ **Observación:** Se utilizara para poder determinar si en los domicilios de la ciudad de Loja tienen una mascota, así como también, las calles o barrios en donde existe más aglomeración de mascotas caninas.
- ✓ **Encuesta:** Esta técnica estará dirigida a las familias de la ciudad de Loja con el fin de determinar cuántas familias poseen mascotas caninas y las que se encuentran en condiciones de adoptar, y a su vez dejarlas en el albergue si no pueden cuidarlas durante el día.

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

- ✓ Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra se ha tomado en cuenta la población de la ciudad de Loja, que en este caso es 214855 habitantes.

Ha este valor se lo ha dividido para 4 que es el número de personas que está compuesta cada familia lojana.

Aplicación de la fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

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

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1,96)

N= población del Cantón Loja 214855 en el centro del Cantonal.

P= probabilidad de éxito (0,50)

Q= probabilidad de fracaso (0,50)

e = 5 → 0,05 Margen de error.

$$n = \frac{(1,96)^2(53713)(0,50)(0,50)}{(0,05)^2(53713 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot 53713 \cdot 0,25}{(0,0025)(53712) + 3,84 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{51564,48}{135,24}$$

n = 381 Encuestados

- ✓ **Revisión Bibliográfica:** Permite realizar una investigación documental y bibliográfica, esta información se obtendrá de las diferentes consultas en libros, revistas, folletos, internet y otras publicaciones que tienen relación con nuestro tema de estudio.

Procedimiento:

Se inicia con el Estudio de Mercado donde se determina el tamaño de la muestra tomando como base la población del Cantón Loja, dando como resultado el número de encuestas que se debe aplicar, seguidamente se realizara el formato de la encuesta y su aplicación, con los resultados

obtenidos se aplicara la respectiva tabulación, análisis, interpretación y representación gráfica. También se determinara la demanda efectiva, potencial y sus respectivas proyecciones.

A continuación se realizará el Estudio Técnico donde se establecerá la localización de la planta macro localización y la micro localización, Capacidad instalada, capacidad utilizada, programación de la producción, diagramas del proceso de la producción.

Además se efectuará el Estudio Organizacional, que consta de estructura legal y organizacional de la empresa. Y para finalizar se realizará el Estudio Financiero, en el cual se determinará los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, también se determinara las depreciaciones y amortizaciones y los indicadores como : Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo, Análisis de Sensibilidad.

ANEXO Nº 2

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



Estimado Sr.(a) como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas, con la finalidad de graduarme de Ingeniera Comercial estoy realizando mi proyecto denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**; por lo que solicito muy respetuosamente se digne en contestar con sinceridad las siguientes interrogantes:

1.- Dentro de su hogar tiene alguna mascota.

SI () NO ()

2.- Si su respuesta fue si ¿Qué tipo de mascota tiene?

.....
.....

3.- Cuando usted viaja o por motivos de trabajo a cargo de quien deja su mascota canina?

- Lo lleva con usted.
- Lo deja en algún albergue.
- Lo deja en casa con suficiente comida.

4.- Cree usted que es necesaria la implementación de un albergue para mascotas caninas y que preste el servicio de guardería?

Sí No

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de guardería diarios de las mascotas caninas?

- a. 5 - 10
- b. 11 - 15

14. Cuantas veces estaría dispuesto a dejar a su mascota canina en el albergue?

- 1 a 2 veces
- 3 a 4 veces

15. Cuantos días dejaría a su mascota en el albergue canino?

- a. 1 – 2 días
- b. 3 – 4 días

7.- Que servicios le gustaría que le brinden a su mascota canina dentro del albergue?

- ✓ Desparasitacion
- ✓ Buena alimentacion
- ✓ Buen trato
- ✓ Corte de pelo

8.- ¿En qué lugares le gustaría que se encuentre ubicada la nueva empresa?

- Norte de la ciudad de Loja.
- Sur de la ciudad de Loja.

ANEXO Nº 2
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Estimado Sr.(a) como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Administración de Empresas, con la finalidad de graduarme como ingeniera Comercial estoy realizando mi proyecto denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN ALBERGUE PARA MASCOTAS CANINAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**; por lo que solicito muy respetuosamente se digne en contestar con sinceridad las siguientes interrogantes:

1.- Dentro de su centro veterinario brinda el servicio de albergue para mascotas caninas

SI () NO ()

2.- Si su respuesta fue si ¿Qué servicios les otorga a las mascotas?

.....

3.- Si su respuesta fue no ¿le gustaría prestar este servicio?

.....

4.- ¿Cuánto cobra por día por este servicio?

\$ 10,00 a 15,00	\$ 20,00 a 25,00
\$ 15,00 a 20,00	\$ 25,00 a 30,00

5.- ¿Cuántas mascotas alberga al mes?

1 a 5	()	10 a 15	()
5 a 10	()	15 a 20	()

6. Por la permanencia de la mascota en el albergue dan alguna promoción

SI ()

NO ()

Indíquelas

7. ¿Por qué medios de comunicación da a conocer los servicios de su veterinaria?

Radio ()

Televisión ()

Periódicos ()

ÍNDICE

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	35
f. RESULTADOS	40
g. DISCUSIÓN	56

h. CONCLUSIONES.....	145
i. RECOMENDACIONES.....	147
j. BIBLIOGRAFÍA.....	148
k. ANEXOS.....	149
INDICE	176