



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TEMA:

**Desarrollo de una comunidad virtual para mascotas en
Guayaquil**

AUTORES:

**María Belén Rodríguez Arízaga
Christian Edgar Sánchez Chávez**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
Ingeniero en Comercio Electrónico**

TUTOR:

Ing. Guillermo Tafur Avilés

Guayaquil, Ecuador

10 de Septiembre de 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Rodríguez Arízaga, María Belén y Sánchez Chávez, Christian Edgar**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**.

TUTOR

f. _____

Tafur Avilés, Guillermo César

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ulloa Armijos, Ana del Rosario

Guayaquil, 10 de septiembre del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Nosotros, Rodríguez Arizaga, María Belén y Sánchez Chávez,
Christian Edgar**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Desarrollo de una Comunidad Virtual para mascotas en Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2018

LOS AUTORES

f. _____

María Belén Rodríguez Arizaga

f. _____

Christian Edgar Sánchez Chávez



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

AUTORIZACIÓN

**Nosotros, Rodríguez Arízaga, María Belén y Sánchez Chávez,
Christian Edgar**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Desarrollo de una Comunidad Virtual para mascotas en Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2018

LOS AUTORES

f. _____
María Belén Rodríguez Arízaga

f. _____
Christian Edgar Sánchez Chávez

REPORTE URKUND

URKUND

Documento AVANCE DE TESIS 22 AGOSTO 2018 MARIA BELEN Y CHRISTIAN.docx (D40924140)

Presentado 2018-08-22 11:42 (-05:00)

Presentado por mariarizaga.br@gmail.com

Recibido guillermo.tafur.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 18 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
<input type="checkbox"/>	Categoría
<input type="checkbox"/>	Enlace/nombre de archivo
<input type="checkbox"/>	TESIS FINAL LESLIE Y PAOLA
<input type="checkbox"/>	TESIS LESLIE Y PAOLA
<input type="checkbox"/>	TESIS Ma GRACIA Y JUAN
<input type="checkbox"/>	TESIS FINAL Ma GRACIA Y JUAN
<input type="checkbox"/>	AVANCE AL 17 DE AGOSTO
<input type="checkbox"/>	AVANCE TESIS AL 20 DE AGOSTO
<input type="checkbox"/>	TESIS FINAL CREATIVIDAD
<input type="checkbox"/>	http://pererosales.com
<input type="checkbox"/>	http://celiadelirio.blogspot.com
<input type="checkbox"/>	http://www.emprendedores.com
<input type="checkbox"/>	https://www.uncom.edu.ec
<input type="checkbox"/>	Fuentes alternativas
<input type="checkbox"/>	TESIS FINAL LESLIE Y PAOLA

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN
TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Desarrollo de una Comunidad Virtual para mascotas en Guayaquil AUTOR(ES) (apellidos/nombres): Rodríguez Arizaga, María Belén Sánchez Chaves, Christian Edgar

REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres): Tafur Avilés, Guillermo Andoni INSTITUCIÓN: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil FACULTAD: Facultad de Especialidades Empresariales CARRERA: Ingeniería en Comercio Electrónico TÍTULO OBTENIDO: Ingeniero en Comercio Electrónico FECHA DE PUBLICACIÓN: No. DE PÁGINAS: 53 ÁREAS TEMÁTICAS:

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por permitirme culminar una etapa importante en mi vida y por demostrarme que siempre está a mi lado pese a todo, a mis padres quienes siempre me han apoyado en todas las decisiones que he tomado y que con esfuerzo y paciencia me han ayudado en todo, a André Castello que también ha sido un gran apoyo para mí en esta travesía, a mi familia que de una u otra forma me han ayudado a lo largo de estos años, a los docentes por brindarnos una enseñanza sin igual, especialmente al Ing. Guillermo Tafur que con su acertada orientación nos ha ayudado en esta trayectoria final, y por último agradezco a mi compañero de tesis por hacer este proyecto real.

Belén Rodríguez Arízaga

Agradezco a Dios y a la Máter por haberme motivado tantas veces a lograr finalizar esta hermosa etapa de mi vida, dotándome siempre de fuerza espiritual para dar esos pasos agigantados que me acercaban siempre a esta gran meta. Me siento gratificado y bendecido de tener una familia que desde mi niñez me ha inculcado que el crecimiento profesional es muy importante para mi desarrollo como persona íntegra, tanto mis padres Rosa Chávez y Bolívar Sánchez como mi tía Ma. Angélica Béjar merece un agradecimiento especial, porque su ayuda incondicional y sus valiosos consejos aportaron de primera mano la inspiración que me trajo a esta prestigiosa carrera. Agradezco profundamente a Estefanía Tapia por aconsejarme cuando lo necesitaba, brindándome siempre su predisposición y apoyo sincero. Quiero expresar mi gratitud a Belén, mi compañera de tesis, por haber dado siempre lo mejor de ella en este trabajo en equipo. Finalmente, gracias a los docentes de la carrera y sobre todo a nuestro tutor, Ing. Guillermo Tafur, quien nos ha sabido dirigir y guiar sabiamente, compartiéndonos sus conocimientos y grandes enseñanzas.

Christian Sánchez Chávez

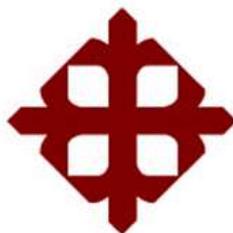
DEDICATORIA

Dedico este logro primero a Dios por darme la sabiduría para poder cumplir esta meta, a mi mamá, Juana Arízaga por ser mi amiga, mi confidente, mi apoyo incondicional y sobre todo, por toda la paciencia que me ha tenido a lo largo de estos años, a mi papá Miguel Rodríguez, por todo el apoyo y esfuerzo que me ha brindado ya que sin él no lo hubiera conseguido, a André Castello por su apoyo y guía en este camino, finalmente, a mi abuelo Rafael Arízaga por ser siempre un gran apoyo para mí.

Belén Rodríguez Arízaga

Este éxito quiero dedicárselo con gran amor y satisfacción a Dios, a la Máter, a mis padres y familiares, a mi querida Estefanía Tapia y finalmente a mi abuela Rosa Argentina Quiroga Chávez que en paz descansa. Son la razón de sentirme tan orgulloso de obtener esta meta, gracias por la confianza que siempre depositaron en mí.

Christian Sánchez Chávez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

ING. TAFUR AVILÉS GUILLERMO CÉSAR, MGET
TUTOR

f. _____

ING. CRUZ LUZURIAGA MARÍA ISABEL, MAE
OPONENTE

f. _____

ING. LINDAO MONTESDEOCA ROBERTO ERICK, MAE
MIEMBRO DE TRIBUNAL #2

f. _____

ING. ULLOA ARMIJOS ANA DEL ROSARIO, MAE
MIEMBRO DE TRIBUNAL #1



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CALIFICACIÓN

GUILLERMO CÉSAR TAFUR AVILÉS

TUTOR

CONTENIDO

Antecedentes	2
Descripción del problema	3
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Justificación del proyecto	4
Conveniencia de la investigación	4
Relevancia de la investigación.....	4
Valor teórico	5
Valor práctico	5
Factibilidad	5
Resultados esperados de la investigación, contribución de la tesis	5
Novedad	5
Contribución a la teoría	5
Aporte Metodológico.....	5
Aporte Práctico	5
Aporte Social.....	5
Estructura Capitular de la Tesis	6
Relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera	7
CAPÍTULO I	8
MARCO TEORICO	8
1.1. Comunidad Virtual	8
1.1.1. Descripción.....	8
1.1.2. Estructura y jerarquía de una comunidad virtual.....	9
1.1.3. Tecnología a utilizar.....	9
1.2. Mascotas	10
1.2.1. Definición.....	10
1.2.2. Reglamento de protección para animales en el Ecuador	10
1.3. Plan de negocios	12
1.3.1. Estructura de un Plan de negocios	12
CAPÍTULO II	14
METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO	14
2.1. Métodos y técnicas utilizadas para resolver el problema	14

2.1.1.	Hipótesis.....	14
2.1.2.	Metodología a utilizar.....	14
2.2.	Criterios para obtener el diagnóstico.....	14
2.2.1.	Entrevistas.....	14
2.2.2.	Encuestas.....	15
2.2.3.	Muestra de investigación.....	15
2.3.	Análisis de resultados.....	15
2.3.1.	Resultado Encuestas.....	15
2.3.2.	Resultado de la entrevista.....	16
CAPÍTULO III.....		18
PROPUESTA.....		18
3.1. Servicio.....		18
3.2. Producto.....		19
3.2.1.	Placas de identificación.....	19
3.2.2.	Accesorios.....	21
3.2.3.	Souvenir.....	21
3.3. Mercado.....		21
3.4. Competencia.....		22
3.5.2.	Eslogan.....	22
3.5.3.	Tarjeta de Presentación.....	23
3.5.4.	Hojas Membretadas.....	24
3.5.5.	Sobre.....	25
3.6. Recursos humanos.....		25
3.7. Análisis Financiero.....		26
3.7.1.	Proyección de ventas.....	26
3.7.2.	Recursos Humanos.....	32
3.7.3.	Gastos administrativos.....	33
3.7.4.	Gastos de producción.....	34
3.7.6.	Flujo de caja.....	36
CONCLUSIONES.....		37
BIBLIOGRAFÍA.....		39
ANEXOS.....		40

ANEXOS

ANEXO 1: Tecnología y técnica a utilizar	40
ANEXO 2: Diseño Metodológico	42
ANEXO 3: Cálculo de muestra	43
ANEXO 4: Cuestionario para la encuesta	44
ANEXO 5: Resultados de la encuesta	45
ANEXO 6: Guía de entrevista	52
ANEXO 7: Resultados de las entrevistas	53

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Análisis variable ocupación de los usuarios	45
Figura 2: Análisis variable edad de los usuarios	46
Figura 3: Análisis variable mascotas	46
Figura 4: Análisis variable gusto mascotas.....	47
Figura 5: Análisis variable impedimentos mascotas	48
Figura 6: Análisis variable compras	48
Figura 7: Análisis variable máximo pago placa.....	49
Figura 8: Análisis variable internet.....	50
Figura 9: Análisis variable compras en línea	50
Figura 10: Análisis variable características accesorios.....	51

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis variable ocupación de los usuarios.....	45
Tabla 2: Análisis variable edad de los usuarios	45
Tabla 3: Análisis variable mascotas.....	46
Tabla 4: Análisis variable gusto mascotas	47
Tabla 5: Análisis variable impedimentos mascotas	47
Tabla 6: Análisis variable compras	48
Tabla 7: Análisis variable máximo pago placa	49
Tabla 8: Análisis variable internet	49
Tabla 9: Análisis variable compras en línea.....	50
Tabla 10: Análisis variable características accesorios	51

RESUMEN

Con la definición de este proyecto se espera determinar la factibilidad y rentabilidad de desarrollar una comunidad virtual para los ciudadanos que tienen mascotas y desean cuidarlos y protegerlos de la mejor manera, y no siempre encuentran facilidades para hacerlo. Para eso se investigaron los servicios actuales disponibles en internet para la ciudad, se revisaron los productos y servicios existentes, y se realizaron estadísticas para evaluar la factibilidad de aplicarlo y determinar expectativas claras.

Los estudios reflejaron la necesidad de llegar con productos y servicios que ayuden a los hogares a cuidar mejor a sus mascotas, y consultar inquietudes sencillas o urgentes por internet. Los ciudadanos con mascotas dentro de la ciudad de Guayaquil, no cuentan con la facilidad de encontrar de manera oportuna y eficaz, productos para el cuidado de sus mascotas ni de satisfacer sus inquietudes generales y que estarían dispuestas a interactuar activamente en una página de internet a su alcance.

Palabras claves: Mascotas en Guayaquil, perros, gatos, placas de identificación, comunidad virtual, accesorios de mascotas

ABSTRACT

With the definition of this project you can determine the feasibility and profitability of developing a virtual community for citizens who have pets and want to take care of them and protect them in the best way possible. For that, the current services available on the Internet for the city were investigated, the existing products and services were reviewed, and some statistics were taken to evaluate the feasibility of applying it and determining them clearly.

The studies reflect the need to create products and services that help households look after their pets, and consult online about simple or urgent concerns. Citizens with pets within the city of Guayaquil do not have the facility to find timely and effective products for the care of their pets, nor their general concerns, and are willing to interact on a website at their fingertips

Keywords: Pets in Guayaquil, dogs, cats, dog tags, virtual community, pet accessories

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Una comunidad virtual es un espacio donde las personas de diferentes partes del mundo pueden comunicarse e intercambiar experiencias, anécdotas, opiniones, sobre un tema en común de manera omnipresente, a manera de una sociedad virtual creándose una fuerte interacción e inclusive compartiendo sentimientos a través de esta gran herramienta que es el internet.

Hoy en día las comunidades virtuales son la forma para medir el medio y elegir las estrategias correctas de promoción y de comercialización, valiéndose del internet como un nuevo hábito adquirido en todo el mundo por personas de diferentes clases, edades, razas, ciudades y países; lo cual es muy conveniente para todo lo que es comercio, dándose este medio como el ideal para poder ofrecer diversidad de productos y servicios, llegando a diferentes tipos de clientes y lo más importante, valiéndose de una comunicación bidireccional, es decir, poderse comunicar de una manera directa con el cliente, donde sea que éste se encuentre.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2015), la ciudad de Guayaquil cuenta con 459.610 hogares aproximadamente, de los cuales el 59,30% utilizan internet y el 25,28% de estos están registrados en una red social (INEC, 2016); demostrándose así la importancia de esta herramienta. También se ha comprobado que el 44% de los hogares en Guayaquil tienen mascotas, lo cual indica una cifra de alrededor de 332.674 de población canina

y felina, de los cuales 46.873 perros y gatos no poseen dueño, según lo indica el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública en su último censo animal (El Universo, 2016).

Es por esto que, este proyecto busca desarrollar una comunidad virtual para los amantes de las mascotas, para de esta manera, concientizar a la población guayaquileña sobre el cuidado y protección de las mascotas en todo sentido.

Descripción del problema

Actualmente este segmento de amantes de mascotas, en nuestro país sólo cuenta con el contacto por medio de redes sociales horizontales o generalista, como por ejemplo Facebook, Twitter, Instagram. Pero debido a la variedad de contenido mixto que uno puede encontrar en estos medios se genera un problema de veracidad de la información, es por eso que existe la necesidad de una red social nicho.

El factor principal para crear una red social nicho es brindar en una marcar un tono comunicativo específico para estos grupos de usuarios, y que la temática en si les ayude a encontrar de manera eficiente contenido de calidad orientado a sus necesidades (Human Level Communication , 2015).

Otro problema recurrente en nuestro país es el de la pérdida o abandono de mascotas y no hay herramientas tecnológicas que puedan ayudar a mitigar este inconveniente.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una comunidad virtual para mascotas en Guayaquil

Objetivos Específicos

- Determinar la base teórica para el desarrollo de una comunidad virtual para concientizar la protección y el cuidado de las mascotas con hogar y abandonadas.
- Obtener el diagnóstico del cuidado y protección de las mascotas con hogar y abandonadas en Guayaquil.
- Diseñar una propuesta de control para la identificación de mascotas con el uso de placas con el código QR¹.

Justificación del proyecto

Conveniencia de la investigación: Por medio de la investigación se busca desarrollar una comunidad virtual de libre acceso a cualquier usuario que tenga interés de participar e interactuar con grupos de personas que posean mascotas y se preocupen por ellas. Además de ofrecer mecanismos adicionales que puedan aportar con la identificación y rastreo de mascotas.

Relevancia de la investigación: Una red social de este tipo de nicho no existe en nuestro país, por lo tanto, desarrollarla ayudaría a impulsar la concientización sobre la importancia y el cuidado de las mascotas.

¹ El código QR o código de respuesta rápida permite obtener información de manera rápida y sencilla interactuando con el mundo a través de un smartphone.

Valor teórico: Partiendo de un análisis teórico de tendencias y conceptos de diferentes autores, se propone una concepción integral de una comunidad virtual dirigida a un público específico.

Valor práctico: El resultado de la investigación contribuirá a que los dueños de mascotas puedan obtener información de rápido acceso sobre el cuidado de sus animales.

Factibilidad: La investigación se considera viable ya que es basada en la solución de una problemática actual en la sociedad guayaquileña actual, es por esto que las soluciones propuestas se pueden aplicar atendiendo a las condiciones que las favorezcan.

Resultados esperados de la investigación, contribución de la tesis

Novedad: Sistematizar el proceso de formación del desarrollo de una comunidad virtual para mascotas en Guayaquil.

Contribución a la teoría: Creación y fundamentación de la estrategia metodológica para el desarrollo de una comunidad virtual para mascotas en Guayaquil.

Aporte Metodológico: Elaboración de una propuesta innovadora para el desarrollo de una comunidad virtual para mascotas en Guayaquil.

Aporte Práctico: Desarrollo de una comunidad virtual para mascotas en Guayaquil.

Aporte Social: Desarrollo de una comunidad virtual para que los amantes de las mascotas puedan obtener acceso a información de calidad a través de especialistas y concientizar el cuidado y protección de las mascotas, incentivando al uso de las placas de identificación con el código QR.

Estructura Capitular de la Tesis

El presente proyecto de trabajo de titulación está constituido por: introducción, tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, biografía y anexos.

La introducción incluye: antecedentes, descripción del problema, objetivo general, objetivos específicos, justificación del proyecto, resultados esperados, estructura capitular de la tesis y la relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera.

Capítulo I: Marco Teórico

Dentro de este capítulo, se describen los conceptos teóricos relacionados con el objetivo de investigación sobre el desarrollo de la comunidad virtual de mascotas en Guayaquil.

Capítulo II: Metodología y diagnóstico

Se detallan los Métodos y técnicas utilizadas para resolver el problema de investigación y de esta manera desarrollar un diagnóstico.

Capítulo III: Propuesta

En este capítulo se describen las estrategias a utilizar para el desarrollo de una comunidad virtual para mascotas detallando, el producto, mercado, competencia, distribución, marca, promoción, publicidad, talento humano, y elaborando proyecciones financieras para este nuevo modelo de negocio.

Además, la tesis incluye Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.

Relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera

En este trabajo de tesis se aplicarán los conocimientos y habilidades adquiridas en la carrera de Comercio Electrónico, ya que las materias correspondientes a la misma han servido para aprender a emplear el Internet como medio de comunicación y plataforma de gestiones comerciales, por lo tanto, han sido convenientes para la construcción de este proyecto muchas asignaturas como:

Materias de Comercio Electrónico.

Paginas Dinámicas I, II, DHTML, Métodos de pago en internet, E-Business, Modelos de negocios en comercio electrónico, Estrategias de promoción web y Auditorias de sitios web.

Materias de Administración.

Evaluación de proyectos, Administración de proyectos, Comunidades virtuales, Fundamentación de Gestión Financiera, Contabilidad y costos, Planeamiento estratégico, Matemáticas Administrativas, Marketing e investigación de mercados, Aspecto legal en comercio electrónico.

Materias de Diseño.

Interface Web, Diseño I, II, III, IV

CAPÍTULO I

MARCO TEORICO

En este estudio se considera tres puntos importantes que tienen que ver con el desarrollo de la comunidad para mascotas en Guayaquil:

1.1. Comunidad Virtual

1.2. Mascotas

1.3. Business Plan

1.1. Comunidad Virtual

1.1.1. Descripción

Según Carlos Carbellido Monzó (2010), asesor de community manager, define a la comunidad virtual como “un grupo de personas que interactúan entre sí, generando contenido, se comunican con un objetivo y con una identidad común que les otorga un sentimiento de pertenencia”.

Es por esto que una comunidad virtual puede resultar beneficiosa para un sitio web ya que produce en sus miembros un sentimiento de pertenencia y permite que el sitio web se desarrolle a través de un esfuerzo colectivo

Para una comunidad virtual es importante desarrollar un sentido de identidad, pertenencia, y lealtad, ya que el sentido de identidad es uno de los más difíciles de conseguir porque sucede cuando sus miembros se autodenominan pertenecientes a ella, el sentido de pertenencia porque es la base de la fidelización de sus miembros y de la captación de otros por extensión; y la lealtad aparece cuando las interacciones entre comunidad-usuario han sido satisfactorias, es decir, cuando el valor obtenido por el

usuario es alto, o bien difícil de sustituir; así lo indica Pere Rosales (2017), fundador y CEO de INUSUAL.

1.1.2. Estructura y jerarquía de una comunidad virtual.

Toda comunidad virtual realiza su jerarquización y funcionalidad según las herramientas que el entorno virtual ofrece al rol de cada miembro y también en base a los protocolos de comunicación.

Según el sitio web Escuelablog (2016) indica que, una comunidad virtual está estructurada por líderes, moderadores y contribuyentes.

- Los líderes son los que idean las bases del proyecto.
- Los moderadores son los que se encuentran más cercanos a los miembros de la comunidad virtual ya que son los que proponen los temas e incitan a que participen la mayor cantidad de usuarios y a su vez realizan el control del contenido para que no se publique cosas inadecuadas.
- Los contribuyentes son los que crean el contenido de la comunidad virtual, lo cual los hace ser los más importantes ya que sin ellos no existiría, contribuye para su segmentación y así realizar diferentes actividades de marketing dirigidas a ellos.

1.1.3. Tecnología a utilizar

En este proyecto se utilizará la tecnología de los códigos QR o de respuesta rápida en las placas de identificación ya que, es un módulo para almacenar información y transmitirla a alta velocidad, se representa con una matriz de puntos a los que suelen acompañar tres cuadrados en sus extremos.

Uno de sus usos más comunes es la inserción de enlaces web en códigos QR, de esta manera, en vez de dar al usuario una URL larga y difícil de escribir sólo hará falta escanear el código para acceder automáticamente a la dirección, y a través de ella mostrar información o iniciar la descarga de archivos (Yúbal, 2018). **ANEXO 1**

1.2. Mascotas

1.2.1. Definición

Las mascotas son animales domesticados para servir de compañía, considerados muchas veces, como parte de la familia, llenando los días con su alegría, disminuyendo así la soledad en los hogares donde pertenece.

En esta definición hemos tomado en cuenta a todas las razas de perros y gatos existentes en Guayaquil.

1.2.2. Reglamento de protección para animales en el Ecuador

La fundación Protección Animal Ecuador (2009) indica que, en el acuerdo Interministerial para la tenencia responsable de mascotas, se instituyeron diversos puntos:

Obligaciones

- Otorgar condiciones de vida adecuadas a las características del animal.
- Educar, socializar e interactuar con el perro en la comunidad.
- Mantener únicamente el número de perros que las normas de bienestar animal permiten.
- Recoger y disponer sanitariamente los desechos del animal.

- Cuidar que los perros no causen molestias a los vecinos.

Prohibiciones.

- Maltratar, golpear o someter al animal.
- Abandonar o mantener en estado de aislamiento.
- Encadenar, enjaular o confinar permanentemente en terrazas, patios, balcones.
- Envenenar masivamente perros propios o ajenos.
- Usar la imagen de perros para simbolizar maldad, agresividad o peligro.

Según el Código Orgánico Integral Penal (2014, p. 48), en la ley de Contravención de maltrato y muerte de mascotas o animales de compañía establece los siguientes artículos:

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

Art. 250.- Peleas o combates entre perros. - La persona que haga participar perros, los entrene, organice, promocióne o programe peleas entre ellos, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a diez días. En el caso de ocasionar mutilación, lesiones o muerte del animal, será sancionada con pena privativa de libertad de quince a treinta días.

1.3. Plan de negocios

Un business plan o plan de negocio es un documento escrito donde se encuentran las claves que permiten gestionar de manera eficaz un proyecto, negocio o empresa.

Enrique Barcos (2016), asesor de la agencia de marketing digital Global Growth Agents, define al business plan como una carta de presentación de una empresa, la cual establece las bases de la compañía y lo que convencerá a los potenciales inversores para invertir en él, también indica que un business plan conciso, claro y exhaustivo es esencial tanto para el desarrollo de un negocio como para captar la atención de un inversionista privado.

1.3.1. Estructura de un Plan de negocios

Pedro Hernandez (2011) expresa en su blog de emprendedores que, un business plan está estructurado por siete puntos principales, los cuales son:

Resumen ejecutivo

Se plantea una breve reseña para interesar al lector e informarle claramente sobre el tema que va a ser investigado, por ello debe contener los aspectos más importantes del Plan de Negocio.

Descripción del producto y valor distintivo

Contiene una explicación detallada del concepto básico y de las características del producto o servicio a ofrecer.

Mercado potencial

Se describe la plaza y el público objetivo

Competencia

Se plantea una comparación entre empresas similares

Modelo de negocio y plan financiero

Contiene la estructura operativa y financiera de un negocio.

Recurso Humano

Son todos los activos humanos que se encuentran dentro de la organización de la empresa

Estrategia de marketing y ventas

Herramientas de marketing a seguir para el desarrollo y posicionamiento de una empresa

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO

2.1. Métodos y técnicas utilizadas para resolver el problema

2.1.1. Hipótesis

A través de esta hipótesis se quiere llegar a concientizar a la mayor cantidad de personas sobre el cuidado y protección de las mascotas creando mediante la comunidad virtual, una interacción continua entre los usuarios y los especialistas.

2.1.2. Metodología a utilizar

Este proyecto está basado en un estudio compuesto de dos partes, una parte cualitativa, la cual está constituida por información obtenida de Bibliografía, Páginas Web e Instituciones oficiales del Ecuador y otra parte cuantitativa que está constituida por encuestas realizadas a personas elegidas aleatoriamente. Ver **ANEXO 2** Diseño Metodológico de la Tesis

2.2. Criterios para obtener el diagnóstico

2.2.1. Entrevistas

Se realizaron 6 entrevistas, de los cuales 4 fueron a médicos veterinarios y 2 Administradores de negocios de venta de productos para mascotas en la ciudad de Guayaquil.

Estas entrevistas nos darán resultados eficaces sobre la implementación de un directorio para que, tanto veterinarios como negocios puedan promover sus servicios y productos dentro de la comunidad virtual.

2.2.2. Encuestas

Las encuestas fueron realizadas a personas naturales de la ciudad de Guayaquil a través de las cuales se podrá medir la aceptación del desarrollo de una comunidad virtual para mascotas.

2.2.3. Muestra de investigación

Como muestra de investigación se tomó en cuenta la base de 459.610 hogares en la ciudad de Guayaquil, según lo indicado en el Diario El Telégrafo (2015) por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Para lo cual se tomó un nivel de confianza del 95% y margen de error del 5%; lo cual corresponde a 384 encuestados. (**ANEXO 3**)

2.3. Análisis de resultados

2.3.1. Resultado Encuestas

Según el anexo 5, de las 384 personas encuestadas, 230 de ellas que equivalen al 60% de la muestra aseguró tener una mascota. De los 154 restantes, el 30,1% mostraron interés en tener mascota y el principal factor por el cual no poseen una mascota, indicaron que es la falta de tiempo para cuidar de ellas.

El 9,9% encuestados aseguraron que, a pesar de no tener mascota, no estaban interesados en poseer una.

La encuesta siguió con las demás preguntas sólo a quienes respondieron que sí tenían mascota, de lo cual se observa que los accesorios más llamativos para ellos son las placas de identificación, seguido de la ropa para animales, siendo el costo más aceptado de 5 y 7 dólares americanos.

En lo referente al uso de internet el 100% respondió que sí lo utilizan, de los cuales el 54,1% estarían dispuestos a realizar compras en línea.

Las características que más apreciarían de un sitio web de venta de accesorios para mascotas en un 33% son los descuentos y ofertas en línea, en un segundo plano con el 22%, las consultas en línea gratis y por último 12% el poder consultar peluquerías caninas y veterinarias.

2.3.2. Resultado de la entrevista

En Julio del 2018 en la ciudad de Guayaquil se realizaron las entrevistas a 4 veterinarios y 2 negocios de venta de productos de mascotas para lo cual se elaboró una guía de entrevistas (ANEXO 6), con el fin de medir la aceptación de la implementación de un directorio para que, tanto veterinarios como negocios puedan promover sus servicios y productos dentro de la comunidad virtual.

Los resultados obtenidos (ANEXO 7) indican que los entrevistados consideran el internet como buena herramienta de publicidad ya que ellos ven que todo el mundo está conectado a las redes sociales, a parte es una herramienta cómoda, actual, rápida y sin barreras que facilita la compra con el tan solo uso de un teléfono, computadora o similares que están al alcance sin necesidad de salir de sus hogares.

Ninguno de los entrevistados tiene una Pagina web, pero si lo tienen como un proyecto a futuro y están dispuestos a pagar un monto mensual por publicidad en línea; 4 de los entrevistados no tienen conocimiento sobre qué es una comunidad virtual, por ende, no están seguros si desean o no participar en una, ya que es una herramienta prácticamente nueva para ellos; pero para

dos de ellos que si tienen conocimiento, están dispuestos a pertenecer a una de ellas.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

Este proyecto consiste en concientizar a los amantes de sus mascotas, a través de una comunidad virtual, creada con la finalidad de que estos puedan obtener acceso a información de calidad a través de especialistas y concientizar el cuidado y protección de las mascotas, incentivando al uso de las placas de identificación con el código QR, abarcando así con esta herramienta a la mayor cantidad de hogares en la ciudad de Guayaquil.

3.1. Servicio

Nuestra propuesta trata de concientizar sobre la importancia del cuidado y protección de las mascotas, para lo cual se desarrollará una plataforma web con la cual se podrá acceder a través de dispositivos móviles, tablets y computadoras.

La plataforma tendrá 3 perfiles de usuario: administrador, veterinarios y clientes.

El administrador gestionará toda la plataforma, podrá ver a todos los usuarios ingresados, se asegurará de que la información sea correcta, segura y actualizada.

Los veterinarios podrán establecer una comunicación privada con los clientes a través de un chat que les permita dar consultas y resolver inquietudes 24/7.

Los clientes podrán acceder y comunicarse vía chat con los doctores e intercambiar ideas, opiniones y experiencias con otros miembros de la comunidad

Otro servicio que brindará la comunidad virtual es un directorio en el cual estarán todos los datos de los veterinarios para que los clientes tengan la facilidad de poderse contactar con el veterinario que más le agrade, también el usuario podrá calificar el servicio de cada médico y es mediante esta calificación el posicionamiento de los doctores en el directorio.

Y por último, la comunidad se encargará de mantener informado a los usuarios con tips diarios sobre el cuidado y protección de las mascotas y sobre eventos relacionados con el tema de las mascotas.

3.2. Producto

3.2.1. Placas de identificación

Dentro de la comunidad virtual se ofrecerá también placas de identificación para perros y gatos con grabado de datos personales, combinando la técnica del fotograbado con la tecnología QR, dichas placas están formadas de doble metal recubiertas con resina.

En la placa de identificación se graba el nombre de la mascota en la parte de adelante y en la parte de atrás de la placa, los datos personales del dueño de la mascota; como número de teléfono, dirección, etc.

El grabado del nombre de la mascota se realizará a través del fotograbado, el cual es una técnica que utiliza una placa cubierta de una solución sensible a la luz para capturar una imagen negativa y transferirla a la placa de impresión.

Para el grabado de los datos personales del dueño de la mascota se utilizará el código QR, el cual se imprimirá en la parte de atrás de la placa, de esta manera si la mascota llegase a extraviarse, al momento de que alguna persona escanee el código le llegará una notificación al dueño sobre cuál de los usuarios tiene su mascota.

Las placas en las cuales se utilizará la tecnología QR sólo serán para las placas grandes (5x3 cm) y medianas (4x2,5 cm) ya que en placas muy pequeñas se dificultará escanear el código. Para las placas pequeñas (3,5 cm) y mini (3m) se realizará el fotograbado tanto en la parte de adelante con el nombre de la mascota, como en la parte de atrás con los datos del dueño de la mascota.

Dichas placas van acompañadas de un collar, el cual puede ser de cuerina o tejido, llanos o con diseño; hay dos formas de placas, una en forma de hueso para perros, los cuales se encuentran en 4 tamaños diferentes y otro en forma de pez, para gatos de una sola medida.

Ambos tipos de placas se pueden encontrar en una gama de 8 colores diferentes, los cuales son:

- Azul
- Rojo
- Fucsia
- Rosado
- Plateado
- Dorado
- Negro
- Morado

3.2.2. Accesorios

Otro de los productos que se ofrecerá son collares para perros y gatos, los cuales son de dos materiales, de tela o de cuerina y, pecheras y correas para perros.

3.2.3. Souvenir

También se ofrecerá camisetas y jarros personalizados con un diseño único de la mascota de cada usuario basada en una foto de la misma, la cual el usuario la enviará al momento de hacer la compra en la página web. Siendo estas opciones una excelente forma de perpetuar el recuerdo de una mascota.

Las camisetas se encontrarán en dos calidades de estampado:

- Transfer: Camiseta de algodón, en colores variados.
- Sublimado: Camiseta 65% poliéster y 35% algodón, las cuales solo se encontrarán en color blanco.

Ambas calidades se elaborarán con cuello redondo o en V, según el gusto del usuario y en todas las tallas, desde talla 1 hasta XXL.

3.3. Mercado

El mercado que se estudia es el de personas mayores de 18 años de edad que tienen mascotas y un nivel socioeconómico entre medio y alto, ya que son estas las personas que tiene el poder adquisitivo.

Un mercado secundario correspondería a veterinarios que trabajan en la ciudad de Guayaquil y deseen participar en un directorio en línea.

3.4. Competencia



El logotipo está compuesto por elementos gráficos y textuales, los cuales son un perro y un gato, debido a que en este proyecto sólo se ha tomado en cuenta a estos tipos de mascotas y en cuanto a lo textual, se escogió como nombre de la marca,

Jutello, por la combinación de los nombres Juben y Otello, los cuales representan a los nombres de nuestras mascotas.

Los colores elegidos para la marca son el naranja y el gris, ya que el tono naranja, es un color alegre que representa la amistad y la vida, tan precisos para las mascotas, y el gris es un color neutro que juntos forman una combinación elegante y atractiva en aspectos publicitarios.

3.4.1. Eslogan

El eslogan de Jutello es **“Con plaquita una oportunidad, sin plaquita ninguna”**, debido a que de esta manera se concientiza a las personas sobre el uso de la placa de identificación en las mascotas, ya que al tener una placa de identificación puede tener la oportunidad de regresar a su hogar.

3.4.2. Tarjeta de Presentación



3.4.3. Hojas Membretadas



3.4.4. Sobre



3.5. Recursos humanos

Los recursos humanos que se necesitaría son los siguientes:

Un Personal de Control de Calidad, Operación y Cobranzas

- No tendrá un sueldo fijo, sino el sueldo será por comisión el cual será del 10% de las ventas.

Un Community Manager para manejar las redes sociales y haga funcionalidades de Web master.

- No tendrá un sueldo fijo, sino el sueldo será por comisión el cual será del 10% de las ventas.

3.6. Análisis Financiero

Para la Planificación Financiera se considera el capital inicial y el tiempo dentro del cual se recuperará el capital y la proyección del incremento de liquidez de Jutello.

Como inversión inicial de este proyecto se tiene \$2000 como aportación de los socios, para este proyecto no se requiere de mucha inversión ya que no se tendrá gastos de alquiler, ni de servicios básicos, debido a que cada socio trabajará en sus propias casas, tampoco habrá un stock y todos los productos se elaborarán bajo pedido.

3.6.1. Proyección de ventas

Con el desarrollo de la comunidad virtual se espera incrementar un 200% de las ventas de placas, souvenirs y accesorios actuales realizadas por redes sociales en el primer año.

Detalle precio placas		
Descripción	Unidad	Precio
Placa Grande, mediana y pequeña	1	\$8,00
Placa mini	1	\$6,50

Detalle precio accesorios		
Descripción	Unidad	Precio
Collares	1	\$3,00
Pecheras	1	\$9,00
Correas	1	\$5,00

Detalle precio souvenirs		
Descripción	Unidad	Precio
Camisetas	1	\$15,00
Jarros	1	\$10,00

Primer Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
P. Grandes y Medianas	70	70	70	100	120	150	150	180	180	220	220	220
P. Pequeñas	30	30	30	45	45	60	60	75	75	105	105	105
P. Mini	40	40	40	60	60	80	80	100	100	120	120	120
Accesorios	160	160	160	245	245	350	350	435	435	545	545	545
Souvenirs	-	5	5	10	20	20	30	35	35	40	40	40
Total	\$1580,00	\$1655,00	\$1655,00	\$2575,00	\$2855,00	\$3640,00	\$3775,00	\$4680,00	\$4680,00	\$5805,00	\$5805,00	\$5805,00
Segundo Año												
P. Grandes y Medianas	200	200	220	220	250	250	280	280	300	300	350	350
P. Pequeñas	80	80	100	100	120	120	140	140	180	180	200	200
P. Mini	100	100	120	120	150	150	180	180	200	200	230	230
Accesorios	470	470	540	540	630	630	720	720	810	810	920	920
Souvenirs	20	20	30	30	40	40	50	50	60	60	70	70
Total	\$4460,00	\$4460,00	\$5525,00	\$5525,00	\$6565,00	\$6565,00	\$7565,00	\$7565,00	\$8620,00	\$8620,00	\$9840,00	\$9840,00

Para los veterinarios, peluquerías y personas que deseen participar en el directorio canino que se inscriban en el primer mes, se ofrecerá tres meses de prueba de forma gratuita, para esto se espera comenzar con 3 veterinarios inscritos y que haya un incremento de 1 inscripción mensual.

Detalle precio inscripción		
Descripción	Unidad	Precio
Directorio	1	\$30,00

Primer Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Directorio	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Total	\$ -	\$30,00	\$60,00	\$180,00	\$210,00	\$240,00	\$270,00	\$300,00	\$330,00	\$360,00	\$390,00	\$420,00

Segundo Año												
	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Directorio	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Total	\$450,00	\$480,00	\$510,00	\$540,00	\$570,00	\$600,00	\$630,00	\$660,00	\$690,00	\$720,00	\$750,00	\$780,00

3.6.2. Recursos Humanos

Recursos Humanos	
Año 1	Año 2
Personal Control de calidad	Personal Control de calidad
Community Manager	Community Manager

Primer Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Personal Control de calidad	\$158.00	\$165.50	\$165.50	\$257.50	\$285.50	\$364.00	\$377.50	\$468.00	\$468.00	\$580.50	\$580.50	\$580.50
Community Manager	\$158.00	\$165.50	\$257.50	\$257.50	\$285.50	\$364.00	\$377.50	\$468.00	\$468.00	\$580.50	\$580.50	\$580.50
Total mensual	\$316.00	\$331.00	\$423.00	\$515.00	\$571.00	\$728.00	\$755.00	\$936.00	\$936.00	\$1,161.00	\$1,161.00	\$1,161.00

Segundo Año												
	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Personal Control de calidad	\$446.00	\$446.00	\$552.50	\$552.50	\$656.50	\$656.50	\$756.50	\$756.50	\$862.00	\$862.00	\$984.00	\$984.00
Community Manager	\$446.00	\$446.00	\$552.50	\$552.50	\$656.50	\$656.50	\$756.50	\$756.50	\$862.00	\$862.00	\$984.00	\$984.00
Total mensual	\$892.00	\$892.00	\$1,105.00	\$1,105.00	\$1,313.00	\$1,313.00	\$1,513.00	\$1,513.00	\$1,724.00	\$1,724.00	\$1,968.00	\$1,968.00

3.6.3. Gastos administrativos

Gastos Administrativos Meses 1	
Descripción	Gasto
Hosting	\$39,99
Dominio	\$18,23
Movilización	\$40,00
Gastos por publicidad	\$20,00
Suministros de oficina	\$266,00
Total	\$384,22

Gastos Administrativos Meses 13	
Descripción	Gasto
Hosting	\$39,99
Dominio	\$18,23
Movilización	\$40,00
Suministros de oficina	\$20,00
Gastos por publicidad	\$50,00
Total	\$168,22

Gastos Administrativos Meses 2 al 12	
Descripción	Gasto
Movilización	\$40,00
Suministros de oficina	\$12,00
Gastos por publicidad	\$20,00
Total	\$72,00

Gastos Administrativos Meses 14 al 24	
Descripción	Gasto
Movilización	\$40,00
Suministros de oficina	\$20,00
Gastos por publicidad	\$50,00
Total	\$110,00

3.6.4. Gastos de producción

Detalle costo placas		
Descripción	Unidad	Precio
Placa Grande, mediana	1	\$4,00
Placa pequeña	1	\$3,50
Placa mini	1	\$3,00

Detalle costo collares		
Descripción	Unidad	Precio
Cuerina	1	\$1,50
Tejido	1	\$1,80

Detalle costo correas		
Descripción	Unidad	Precio
Standard	1	\$2,50
Reforzadas	1	\$3,50

Detalle costo pecheras		
Descripción	Unidad	Precio
Standard	1	\$3,50
Reforzadas	1	\$5,50

Detalle costo souvenirs		
Descripción	Unidad	Precio
Camiseta	1	\$8,00
Jarros	1	\$5,00

Primer Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Artesano Placas	\$505.00	\$505.00	\$505.00	\$806.50	\$886.50	\$1,050.00	\$1,050.00	\$1,282.50	\$1,282.50	\$1,607.50	\$1,607.50	\$1,607.50
Artesano Collares	\$292.25	\$292.25	\$292.25	\$459.00	\$504.00	\$622.50	\$622.50	\$804.00	\$804.00	\$961.50	\$961.50	\$961.50
Artesano Camisetas y Jarros	-	\$40.00	\$40.00	\$71.00	\$142.00	\$142.00	\$213.00	\$250.00	\$250.00	\$284.00	\$284.00	\$284.00
Total mensual	\$797.25	\$837.25	\$837.25	\$1,336.50	\$1,532.50	\$1,814.50	\$1,885.50	\$2,336.50	\$2,336.50	\$2,853.00	\$2,853.00	\$2,853.00

Segundo Año												
	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Artesano Placas	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,590.00	\$1,590.00	\$1,870.00	\$1,870.00	\$2,150.00	\$2,150.00	\$2,430.00	\$2,430.00	\$2,790.00	\$2,790.00
Artesano Collares	\$871.50	\$871.50	\$1,005.00	\$1,005.00	\$1,154.00	\$1,154.00	\$1,312.50	\$1,312.50	\$1,486.50	\$1,486.50	\$1,674.00	\$1,674.00
Artesano Camisetas y Jarros	\$142.00	\$142.00	\$213.00	\$213.00	\$285.00	\$285.00	\$355.00	\$355.00	\$426.00	\$426.00	\$497.00	\$497.00
Total mensual	\$2,393.50	\$2,393.50	\$2,808.00	\$2,808.00	\$3,309.00	\$3,309.00	\$3,817.50	\$3,817.50	\$4,342.50	\$4,342.50	\$4,961.00	\$4,961.00

3.6.6. Flujo de caja

Flujo de caja Primer Año

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo Inicial	-	\$ 2,082.53	\$ 2,527.28	\$ 2,910.03	\$ 3,741.53	\$ 4,631.03	\$ 5,896.53	\$ 7,229.03	\$ 8,864.53	\$ 10,530.03	\$ 12,609.03	\$ 14,718.03
Aportación Socios	\$ 2,000.00											
Ventas	\$ 1,580.00	\$ 1,655.00	\$ 1,655.00	\$ 2,575.00	\$ 2,855.00	\$ 3,640.00	\$ 3,775.00	\$ 4,680.00	\$ 4,680.00	\$ 5,805.00	\$ 5,805.00	\$ 5,805.00
Inscripciones Directorio	-	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 180.00	\$ 210.00	\$ 240.00	\$ 270.00	\$ 300.00	\$ 330.00	\$ 360.00	\$ 390.00	\$ 420.00
Total Ingresos	\$ 3,580.00	\$ 3,767.53	\$ 4,242.28	\$ 5,665.03	\$ 6,806.53	\$ 8,511.03	\$ 9,941.53	\$ 12,209.03	\$ 13,874.53	\$ 16,695.03	\$ 18,804.03	\$ 20,943.03
Recursos Humanos	\$316.00	\$331.00	\$423.00	\$515.00	\$571.00	\$728.00	\$755.00	\$936.00	\$936.00	\$1,161.00	\$1,161.00	\$1,161.00
Gastos Producción	\$ 797.25	\$ 837.25	\$ 837.25	\$ 1,336.50	\$ 1,532.50	\$ 1,814.50	\$ 1,885.50	\$ 2,336.50	\$ 2,336.50	\$ 2,853.00	\$ 2,853.00	\$ 2,853.00
Gastos Administrativos	\$ 384.22	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00
Total Egresos	\$1,497.47	\$1,240.25	\$1,332.25	\$1,923.50	\$2,175.50	\$2,614.50	\$2,712.50	\$3,344.50	\$3,344.50	\$4,086.00	\$4,086.00	\$4,086.00
Saldo	\$ 2,082.53	\$ 2,527.28	\$ 2,910.03	\$ 3,741.53	\$ 4,631.03	\$ 5,896.53	\$ 7,229.03	\$ 8,864.53	\$ 10,530.03	\$ 12,609.03	\$ 14,718.03	\$ 16,857.03

Flujo de caja Segundo Año

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Saldo Inicial	\$ 16,857.03	\$ 18,313.31	\$ 19,857.81	\$ 21,869.81	\$ 23,911.81	\$ 26,314.81	\$ 28,747.81	\$ 31,502.31	\$ 34,286.81	\$ 37,420.31	\$ 40,583.81	\$ 44,134.81
Aportación Socios	-											
Ventas	\$ 4,460.00	\$ 4,460.00	\$ 5,525.00	\$ 5,525.00	\$ 6,565.00	\$ 6,565.00	\$ 7,565.00	\$ 7,565.00	\$ 8,620.00	\$ 8,620.00	\$ 9,840.00	\$ 9,840.00
Inscripciones Directorio	\$ 450.00	\$ 480.00	\$ 510.00	\$ 540.00	\$ 570.00	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 660.00	\$ 690.00	\$ 720.00	\$ 750.00	\$ 780.00
Total Ingresos	\$ 21,767.03	\$ 23,253.31	\$ 25,892.81	\$ 27,934.81	\$ 31,046.81	\$ 33,479.81	\$ 36,942.81	\$ 39,727.31	\$ 43,596.81	\$ 46,760.31	\$ 51,173.81	\$ 54,754.81
Recursos Humanos	\$ 892.00	\$ 892.00	\$ 1,105.00	\$ 1,105.00	\$ 1,313.00	\$ 1,313.00	\$ 1,513.00	\$ 1,513.00	\$ 1,724.00	\$ 1,724.00	\$ 1,968.00	\$ 1,968.00
Gastos Producción	\$ 2,393.50	\$ 2,393.50	\$ 2,808.00	\$ 2,808.00	\$ 3,309.00	\$ 3,309.00	\$ 3,817.50	\$ 3,817.50	\$ 4,342.50	\$ 4,342.50	\$ 4,961.00	\$ 4,961.00
Gastos Administrativos	\$ 168.22	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00
Total Egresos	\$ 3,453.72	\$ 3,395.50	\$ 4,023.00	\$ 4,023.00	\$ 4,732.00	\$ 4,732.00	\$ 5,440.50	\$ 5,440.50	\$ 6,176.50	\$ 6,176.50	\$ 7,039.00	\$ 7,039.00
Saldo	\$ 18,313.31	\$ 19,857.81	\$ 21,869.81	\$ 23,911.81	\$ 26,314.81	\$ 28,747.81	\$ 31,502.31	\$ 34,286.81	\$ 37,420.31	\$ 40,583.81	\$ 44,134.81	\$ 47,715.81

CONCLUSIONES

El resultado de las encuestas realizadas, muestra que el 60% de los hogares de Guayaquil tienen y aman a sus mascotas por lo cual, buscan protegerlas, presentando entonces una necesidad por encontrar ayuda eficaz en eso. Es por ello que Jutello basa su campaña en protección y cuidado de mascotas, y así, contribuir a la disminución del abandono de las mismas.

Debido a la acogida que tiene el internet en la comunidad ciudadana, se ve esta plataforma como herramienta ideal para la difusión de este proyecto, en la protección y cuidado de las mascotas.

El proyecto presentado comprende del desarrollo de una plataforma virtual y un plan de negocios que se utilizará en el funcionamiento del mismo. el uso de la comunidad virtual propone hacer vínculos entre las personas con mascotas, veterinarios y rescatistas, para fomentar así la cercanía entre ellas, convirtiéndose de esta manera, en un apoyo fundamental en el objetivo.

El planteamiento de productos y de servicios, junto con el esquema comercial propuesto y su adecuada difusión ofrecerá una herramienta sin precedentes en la red, donde la ciudadanía encuentre en un solo lugar, todo lo que necesita.

Desde el punto de vista financiero, se tiene una aportación inicial de los promotores de \$2000, se logra el punto de equilibrio en el segundo mes y se recupera el capital en el cuarto ya que el emprendimiento se plantea bajo pedido y no habrá stock.

Se puede concluir que con la implementación de un sistema online de comunidad virtual bien planteado como en este proyecto, ofrecerá una

solución efectiva y práctica a la ciudadanía, en sus inquietudes y en la necesidad de productos o servicios para cuidar y proteger oportunamente a sus mascotas.

RECOMENDACIONES

- Realizar actividades dentro de la comunidad para que las personas interactúen entre sí y así fomentar la unidad entre ellos.
- Se recomienda también, en futuro Jutello tenga su propio taller para fabricar sus productos.
- De acuerdo a los avances de la tecnología, estar atentos para implementar las novedades relacionadas con la comunidad en la red y sus nuevos alcances
- Realizar investigaciones para el desarrollo y creación de nuevos productos y servicios disponibles en el mundo para el cuidado y protección de las mascotas, manteniendo así activa la campaña de la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcántara, T. H. (2011). *Gadwoman*. Recuperado de <https://gadwoman.com/2011/09/que-son-los-codigos-qr-y-como-funcionan/>
- BARCOS, E. (2016). *Global Growth Agents*. Recuperado de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/define-tu-business-plan-en-7-pasos-basicos.html>
- Código Orgánico Integral Penal. (2014). *Contravención del maltrato y muerte de mascotas o animales de compañía*. Recuperado de <https://www.desarrolloamazonico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/CODIGO-ORGANICO-INTEGRAL-PENAL-act.pdf>
- Delirio, C. (2013). *Grabado II*. Recuperado de <http://celiadelirio.blogspot.com/p/fotograbado.html>
- El Telégrafo. (2015). Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/palabra/3/el-numero-de-hogares-en-ecuador-de-una-persona-se-incremento-en-745>
- El Universo. (Junio de 2016). *Censo para saber cifra de canes en Guayaquil*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/06/22/nota/5649102/censo-saber-cifra-canes-urbe>
- Escuelablog. (Mayo de 2016). Recuperado de <https://escuelblog.wordpress.com/2016/05/18/comunidad-virtual/>
- FotoNostra. (s.f.). Recuperado de <http://www.fotonostra.com/glosario/fotograbado.htm>
- Hernandez, P. (2011). *Emprendedores*. Recuperado de <http://www.emprendedores.cl/comunidad/articulos/6/estructura-de-un-business-plan>
- Human Level Communication . (2015, Agosto). *Human Level Communication*. Recuperado de <https://www.humanlevel.com/articulos/redes-sociales-articulos/redes-sociales-nicho-una-oportunidad-para-tu-negocio.html>
- INEC. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- INEC. (2017). *Guayaquil en cifras*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- Ixv. (2012). *Fotograbado*. Recuperado de <http://ixv.es/fotograbado.php>
- Monzó, C. C. (2010). *Un Community Manager*. Recuperado de <https://www.uncommunitymanager.es/que-es-una-comunidad/>
- Protección Animal Ecuador. (Febrero de 2009). *Reglamento Nacional de Tenencia de Perros*. Recuperado de <http://www.pae.ec/derecho-animal/legislacion-vigente/>
- Rosales, P. (2017, Junio). Recuperado de <http://pererosales.com/que-es-una-comunidad-virtual/>
- Yúbal. (2018, Enero). *Xataka*. Recuperado de <https://www.xataka.com/basics/que-es-un-codigo-qr-y-como-leerlo-con-el-movil>

ANEXOS

ANEXO 1

TECNOLOGÍA Y TÉCNICA A UTILIZAR

Tecnología QR

Según Toñi Herrero Alcántara (2011), periodista especializada en tecnología, los códigos QR son una especie de código de barras de nueva generación que permiten almacenar información de manera instantánea y a través de la cámara del teléfono móvil, se puede acceder a los datos contenidos en él, tales como una dirección de página web, datos de contacto, descripción o detalles del producto.

¿Cómo funciona?

La decodificación de la información se puede hacer con cualquier dispositivo móvil con cámara que disponga de un lector de QR, que es libremente accesible en línea para la mayoría de los dispositivos. Una vez que se carga el software, el usuario apunta la cámara del teléfono móvil hacia el código y lo analiza, el software interpreta el código y el teléfono celular o se mostrará el texto o pedirá permiso para lanzar un navegador para mostrar la página web especificada.



Técnica Fotograbado

El sitio web lxxv.es (2012) indica que, el fotograbado es la técnica que permite transferir todo tipo de imágenes desde un papel a una platina de metal mediante la aplicación de una solución sensible a la acción de la luz sobre su superficie. Estas imágenes impresas posteriormente se graban mediante métodos químicos, logrando el relieve deseado.

En el proceso de fotograbado se aplica una capa fina de un producto fotosensible y soluble en disolventes alcohólicos sobre una plancha gruesa de un metal susceptible de ser mordido por un ácido, como el magnesio, luego, la capa se expone a una radiación ultravioleta a través de un negativo fotográfico de la imagen a reproducir, para ello el negativo se mantiene en contacto con la capa fotosensible de la plancha metálica y se envía una radiación ultravioleta a través de las áreas transparentes de la imagen para endurecer la capa inferior. Las zonas opacas del fondo impiden que la radiación pueda penetrar y revelar estas áreas de la plancha.



ANEXO 2

DISEÑO METODOLÓGICO

Objetivos Específicos	Tareas Científicas	Métodos Técnicas	Resultados Esperados
1. Determinar la base teórica para el desarrollo de una comunidad virtual para concientizar la protección y el cuidado de las mascotas con hogar y abandonadas.	Investigación de los procesos de creación y desarrollo de la comunidad virtual para concientizar la protección y el cuidado de las mascotas con hogar y abandonadas	Análisis Bibliográfico	Cap. I Fundamentación teórica del desarrollo de una comunidad virtual
2. Obtener el resultado del estudio estadístico del cuidado y protección de las mascotas con hogar y abandonadas en Guayaquil.	Determinar el número de casos promedio de abandono de mascotas y de mascotas en riesgo por falta de protección y cuidados, e Identificar las causas más comunes.	Encuestas con ciudadanos guayaquileños. Estadística Descriptiva. Observación de campo.	Cap. II Formación de la estructura para obtener un diagnóstico efectivo para resolver el problema de estudio
3. Diseñar el mecanismo de control para la identificación de mascotas con el uso de placas con el código QR.	Definir el procedimiento y los elementos que forman parte del mecanismo de registro y consulta de las mascotas y su identificación	Desarrollo de tecnología web que permita obtener de forma online, una identificación mediante placas personalizadas para las mascotas y que estas sean registradas en la base de datos, para que en caso de requerirse puedan ser utilizadas como instrumento de comunicación o aviso de una mascota perdida hacia su legítimo dueño.	Cap. III Implementación de un nuevo mecanismo de control para la identificación de mascotas

ANEXO 3

CALCULO DE MUESTRA



Asesoría Económica & Marketing
Copyright 2009

Calculadora de Muestras

Margen de error:

10% ▼

Nivel de confianza:

99% ▼

Tamaño de Poblacion:

459610

Calcular

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Poblacion: 459610

Tamaño de muestra: 384

ANEXO 4

CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

1. **¿Cuál es su ocupación?**
 - Ama de casa
 - Oficinista
 - Independiente

2. **¿Cuál es su edad?**
 - 18 - 30
 - 31 - 50
 - Más de 50

3. **¿Tiene usted una mascota?**
 - Si
 - No

4. **¿Le gustaría tener una mascota?**
 - Si (Pase a la 5)
 - No

5. **¿Cuál de estas razones le impide tener una mascota?**
 - Falta de dinero
 - Falta de tiempo
 - Alergia

6. **¿Qué accesorios compra o compraría para su mascota?**
 - Placas
 - Ropa
 - Accesorios de belleza

7. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una placa para su mascota?**
 - \$5 - \$7
 - \$7,50 - \$9
 - Más de \$10

8. **¿Tiene usted acceso a internet?**
 - Si (Pase a la 9)
 - No

9. **¿Está dispuesto a comprar en línea?**
 - Si
 - No

10. **¿Qué características apreciaría de un sitio web de venta de accesorios para mascota?**
 - Descuentos
 - Consulta en línea gratis
 - Ofertas en línea
 - Consultar peluquerías canina

ANEXO 5

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

¿Cuál es su ocupación?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Ama de casa	31	8%
Oficinista	138	36%
Independiente	215	56%
	384	100%

Tabla 1: Análisis variable ocupación de los usuarios

Fuente: Elaboración Propia

● Oficinista ● Ama de casa ● Independiente

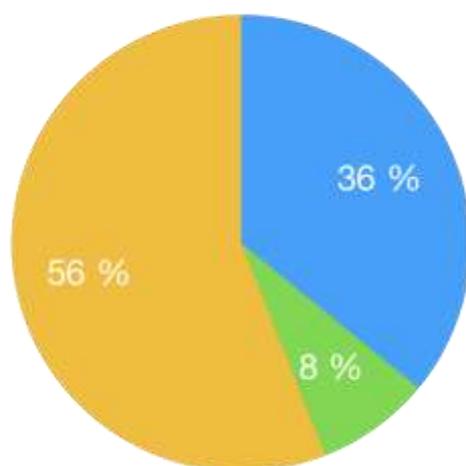


Figura 1: Análisis variable ocupación de los usuarios

Fuente: Elaboración Propia

¿Cuál es su edad?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
18-30	238	62%
31-50	125	33%
Más de 50	21	5%
	384	100%

Tabla 2: Análisis variable edad de los usuarios

Fuente: Elaboración Propia



Figura 2: Análisis variable edad de los usuarios
Fuente: Elaboración Propia

¿Tiene usted una mascota?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	60%
No	154	40%
	384	100%

Tabla 3: Análisis variable mascotas
Fuente: Elaboración Propia

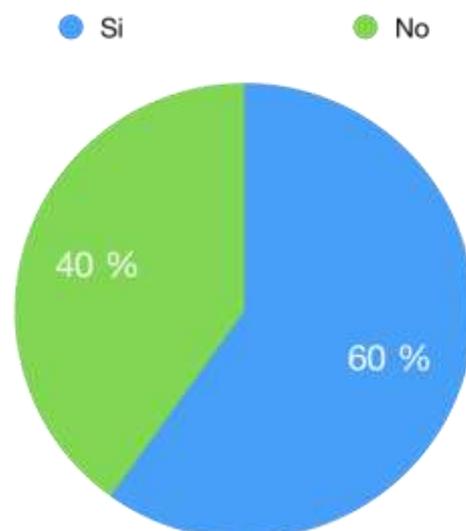


Figura 3: Análisis variable mascotas
Fuente: Elaboración Propia

¿Le gustaría tener una mascota?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Si	116	75%
No	38	25%
	154	100%

Tabla 4: Análisis variable gusto mascotas

Fuente: Elaboración Propia

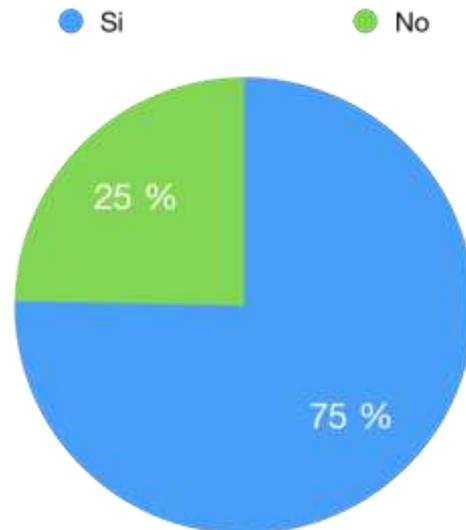


Figura 4: Análisis variable gusto mascotas

Fuente: Elaboración Propia

¿Cuál de estas razones le impide tener una mascota?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Falta de dinero	35	23%
Falta de tiempo	103	67%
Alergia	16	10%
	154	100%

Tabla 5: Análisis variable impedimentos mascotas

Fuente: Elaboración Propia



Figura 5: Análisis variable impedimentos mascotas
Fuente: Elaboración Propia

¿Qué accesorios compra o compraría para su mascota?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Placas	153	67%
Ropa	64	28%
Accesorios de belleza	13	6%
	230	100%

Tabla 6: Análisis variable compras
Fuente: Elaboración Propia

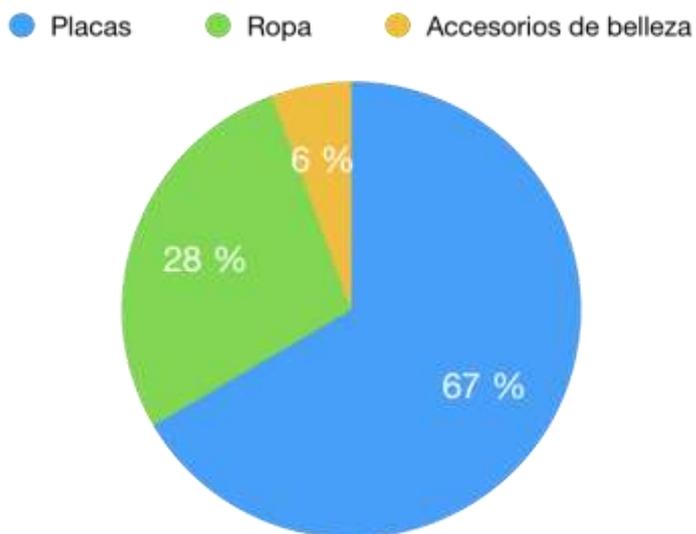


Figura 6: Análisis variable compras
Fuente: Elaboración Propia

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una placa para su mascota?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
\$5 - \$7	134	58%
Ropa	89	39%
Accesorios de belleza	7	3%
	230	100%

Tabla 7: Análisis variable máximo pago placa
Fuente: Elaboración Propia



Figura 7: Análisis variable máximo pago placa
Fuente: Elaboración Propia

¿Tiene usted acceso a internet?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	100%
No	0	0%
	230	100%

Tabla 8: Análisis variable internet
Fuente: Elaboración Propia



Figura 8: Análisis variable internet
Fuente: Elaboración Propia

¿Está dispuesto a comprar en línea?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Si	208	90%
No	22	10%
	230	100%

Tabla 9: Análisis variable compras en línea
Fuente: Elaboración Propia

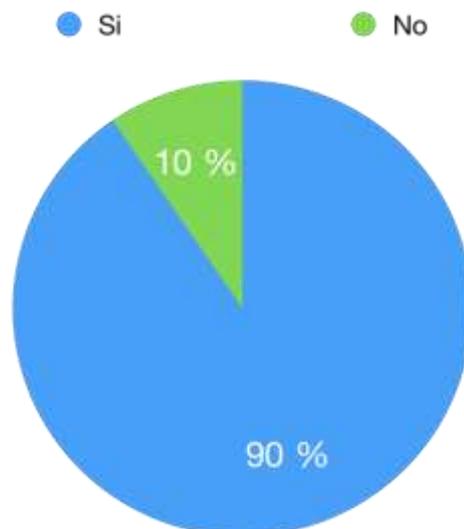


Figura 9: Análisis variable compras en línea
Fuente: Elaboración Propia

¿Qué características apreciaría de un sitio web de venta de accesorios para mascota?

Encuestado	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	77	33%
Consultas en línea gratis	51	22%
Ofertas en línea	75	33%
Consultar peluquerías caninas y veterinarias	27	12%
	230	100%

Tabla 10: Análisis variable características accesorios

Fuente: Elaboración Propia



Figura 10: Análisis variable características accesorios

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 6

GUIA DE ENTREVISTA

1. Importancia del internet.
2. El Internet como herramienta de publicidad.
3. Redes Sociales
4. Comunidades virtuales.
5. Rol de las comunidades virtuales en la sociedad.
6. ¿Estaría dispuesto a pagar por publicidad en línea?

ANEXO 7

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

En la entrevista realizada a la Dra. Vanessa Suárez de la veterinaria “Dr. Roussel”, indicó que para ella el internet es una buena herramienta de publicidad, especialmente las redes sociales ya que la mayoría de las personas usan este medio para conocer o buscar un producto o servicio, también cree que vender por internet es importante porque las personas buscan la comodidad y la facilidad al momento de realizar sus compras.

La doctora también expresó que no tiene un sitio web ya que no ha tenido la necesidad de obtenerlo, y aunque tiene un conocimiento de las comunidades virtuales adquirido por las redes sociales, ella no quisiera participar en una comunidad virtual para concientizar a las personas sobre el cuidado y protección de las mascotas, por motivo de que para ella es un tema conflictivo, más, sin embargo, está dispuesta a pagar por publicidad en línea \$30 mensuales.

El Dr. Douglas Sigüenza de la veterinaria y peluquería canina “Omnipet”, opinó que el internet es una buena herramienta de publicidad ya que hoy en día todo se maneja a través de este medio, ya sea por redes sociales o páginas web, también indicó que es importante las ventas a través de internet porque de esta forma puede llegar a más personas rápidamente ya que no existen barreras.

Por otro lado, aunque el doctor anunció no tener un sitio web, si le gustaría obtener en un futuro, tiene un ligero conocimiento sobre las comunidades virtuales, también le gustaría formar parte de una comunidad virtual sobre el

cuidado y protección de las mascotas e indicó estar dispuesto a pagar por publicidad en línea \$30 mensuales.

En la entrevista con el Dr. Marcelo Roussel, dueño de la veterinaria “Dr. Roussel”, ubicada en el norte de Guayaquil; expresó que el internet es una buena herramienta de publicidad y específicamente en redes sociales ya que todas las personas las utilizan y no existen barreras, también cree en la importancia de vender por internet ya que en la actualidad cada vez más las empresas y negocios están optando por el traslado a las vías online.

También indicó no tener un sitio web por motivo de que no ha tenido la necesidad de adquirirlo, pero si estaría dispuesto a pagar en línea un monto de \$20 mensuales y el doctor también reveló no tener el conocimiento de qué es una comunidad virtual por motivo de que nunca había escuchado este término.

El Dr. Iván Ormaza, dueño de la veterinaria “Mundo Animal”, indicó que el internet si es una herramienta efectiva de publicidad, ya que el internet está en todo lado y es lo que actualmente está dando resultados a nivel mundial, también cree en la importancia de las ventas a través de este medio de comunicación porque como se ha dicho anteriormente, el internet está abarcando todo el mundo empresarial.

El doctor aún no dispone de un sitio web por motivo de que aún está en proyecto, aunque está dispuesto a pagar en línea, no tiene conocimiento de cuál sería el monto necesario para una publicidad, tampoco tiene conocimiento sobre qué es una comunidad virtual ya que nunca había escuchado dicho término.

Según lo conversado con la Dra. Landines, dueña de la veterinaria “Landines”, se descubrió que para ella el internet si es importante para publicitar servicios o productos, de hecho, cree que es una herramienta efectiva si se la utiliza correctamente.

Incluso entiende no sólo la importancia y el potencial como medio de publicidad, sino que además cree que serviría como canal de venta abarcando un público más amplio invirtiendo poco.

Es más, cuando le preguntamos acerca de cuánto podría estar dispuesto a pagar menciona que, confiando en el alcance que tiene el internet, no ve necesario tampoco invertir mucho dinero.

El término “comunidad virtual” para ella es desconocido, aunque al preguntarle si se uniría a una para colaborar concientizando a las personas para que cuiden y protejan las mascotas, se muestra totalmente de acuerdo con la iniciativa en pro de ayudar a los animales que ella está dedicada a cuidar por su amor a ellos y su profesión.

Conversando con la Dra. Tatiana Gaibor, quien comenta que ve al internet como un medio que conecta a las personas todo el tiempo, puesto que hoy en día no sólo encontramos internet en los computadores sino también en los celulares, que nos acompañan durante toda nuestra jornada diaria. Por eso da fe de que el internet puede brindar muchas oportunidades en el ámbito de la publicidad y las ventas, basándose en que a su alrededor está clara la tendencia de que los negocios comiencen a dar el salto al mundo online y que definitivamente el futuro está ahí.

Actualmente no cuenta con un sitio web, debido al poco conocimiento que cuenta sobre cómo crearlo, al mismo tiempo que no tiene noción de cuánto se debería pagar por un anuncio o publicidad en línea. Tampoco está familiarizada con las comunidades virtuales, pero al plantearle si se uniría a una que se dedique especialmente a difundir el cuidado y la protección de las mascotas, contestó que lo haría para colaborar con temas de concientización que ayuden a tener bienestar en sus pacientes.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **María Belén Rodríguez Arízaga**, con C.C: #0927858126 y **Christian Edgar Sánchez Chávez**, con C.C: #0915946099 autores del trabajo de titulación: **Desarrollo de una comunidad virtual para mascotas en Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio Electrónico** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de Septiembre de 2018

f. _____

Nombre: **María Belén
Rodríguez Arízaga**
C.C: **0927858126**

f. _____

Nombre: **Christian Edgar
Sánchez Chávez**
C.C: **0915946099**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Desarrollo de una Comunidad Virtual para mascotas en Guayaquil.	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Rodríguez Arízaga, María Belén Sánchez Chávez, Christian Edgar	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tafur Avilés, Guillermo Cesar	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales	
CARRERA:	Ingeniería en Comercio Electrónico	
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Electrónico	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de septiembre del 2018	No. DE PÁGINAS: 58
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio electrónico, comunidad virtual, protección de mascotas	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Mascotas en Guayaquil, Perros, Gatos, Placas de Identificación, comunidad Virtual, Accesorios de Mascotas	
RESUMEN		
<p>Con la definición de este proyecto se espera determinar la factibilidad y rentabilidad de desarrollar una comunidad virtual para los ciudadanos que tienen mascotas y desean cuidarlos y protegerlos de la mejor manera, y no siempre encuentran facilidades para hacerlo. Para eso se investigaron los servicios actuales disponibles en internet para la ciudad, se revisaron los productos y servicios existentes, y se realizaron estadísticas para evaluar la factibilidad de aplicarlo y determinar expectativas claras.</p> <p>Los estudios reflejaron la necesidad de llegar con productos y servicios que ayuden a los hogares a cuidar mejor a sus mascotas, y consultar inquietudes sencillas o urgentes por internet. Las estadísticas muestran que los ciudadanos con mascotas, que son 1 de cada 4 familias, no cuentan con la facilidad de encontrar productos de manera oportuna, ni de satisfacer sus inquietudes generales y que estarían dispuestas a interactuar activamente en una página de internet a su alcance.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0967965870 / 0985097971	E-mail: mariarizaga.br@gmail.com christiansanchez@outlook.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Cruz Luzuriaga María Isabel	
	Teléfono: 09979662657	
	E-mail: maria.cruz09@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		