



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ADIESTRAMIENTO Y REPRODUCCIÓN CANINA
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

AUTORES

**Henríquez Romero, Humberto Andrés
Romero Vergara, Carla María**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
INGENIERO COMERCIAL**

TUTOR

ING. HENRÍQUEZ BARZOLA JACINTO ALEJANDRO, MGS.

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, **Humberto Andrés Henríquez Romero y Carla María Romero Vergara** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

TUTOR

Ing. Jacinto Alejandro Henríquez Barzola, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Marcelo Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, Septiembre del 2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Humberto Andrés Henríquez Romero y
Carla María Romero Vergara**

DECLARAMOS QUE

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento y reproducción canina en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de **nuestra** total autoría.

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

Guayaquil, Septiembre del 2015

LOS AUTORES

Humberto Andrés Henríquez Romero

Carla María Romero Vergara



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Humberto Andrés Henríquez Romero y
Carla María Romero Vergara.**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un centro de adiestramiento y reproducción canina en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de **nuestra** exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Septiembre del 2015

LOS AUTORES

Humberto Andrés Henríquez Romero

Carla María Romero Vergara

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la sabiduría necesaria para terminar mi carrera Universitaria y empezar a aportar a la Sociedad como profesional.

De manera muy especial agradezco a mis padres el Econ. Humberto Henríquez Cedeño y la Lcda. Ruth Romero de Henríquez y a mis hermanos Diego y Eliana, que con su apoyo y confianza me motivaron para culminar esta meta, y también agradezco a cada una de las personas que aportaron de alguna manera en esta etapa de mi vida.

Humberto Andrés Henríquez Romero

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por que sin el nada sería posible, por iluminar y guiar cada paso que doy en la vida.

A mi padre Mario Romero Forgett por apoyarme de manera incansable en toda la carrera universitaria, por ser paciente y por confiar siempre en que lo lograría.

A mi madre Carlota Vergara Ramírez por sus consejos y demostrarme su amor día a día.

Al Ing. Jacinto Henríquez, ya que gracias a sus conocimientos nos pudo direccionar de manera correcta en el desarrollo de este proyecto.

A mis amigos y demás personas por los buenos momentos vividos y que con un consejo, retada o muchas veces usando términos fuertes me ayudaron y me alentaron de alguna u otra manera para el progreso de este proyecto.

Carla María Romero Vergara

DEDICATORIA

Este logro alcanzado con mucho esfuerzo y sacrificio se lo dedico a mi familia quienes han sido mi apoyo incondicional para poder hacer realidad la culminación de mi carrera Universitaria, y a todos mis compañeros y amigos con los cuales compartí momentos gratos durante estos años de estudio.

Humberto Andrés Henríquez Romero

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi hermano Mario Andrés Romero Vergara y a mi abuela Linda María Ramírez Garaicoa que fueron pilares fundamentales en mi vida y que aunque físicamente no están a mi lado sé que desde algún lugar del cielo conté con el apoyo de ambos.

A mi hermano Carlos Romero Vergara y a mi tío Ulises Vergara Ramírez que siempre están a mi lado independientemente del momento que esté viviendo.

Y en especial a mi padre Mario Romero Forgett por ser incondicional y por demostrarme siempre lo tan importante que soy en su vida.

Carla María Romero Vergara

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	4
1.3 Objetivo General.	5
1.3.1 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Marco Teórico.	5
1.5 Marco Conceptual.....	7
1.6 Marco Metodológico.	9
1.8 Marco Legal.....	9
1.7 Responsabilidad Social.....	13
CAPÍTULO 2	14
2.1 Estudio de Mercado.....	14
2.1.1 Objetivo del estudio de mercado.	14
2.1.2 Análisis de la Oferta.	15
2.1.3 Análisis de la Demanda.	16
2.2 Precio.	17
2.3 Promoción.....	18
2.4 Competencia.	20
2.4.1 Análisis FODA.....	20
CAPÍTULO 3	24
3.1 Misión y Visión	24
3.2 Objetivos como empresa.	24
3.3 Descripción del proceso de adiestramiento.	24
3.3.1 Recursos materiales y herramientas.	32

3.4 Descripción del proceso de reproducción.	40
3.4.1 Recursos materiales y herramientas.	46
3.5 Estrategia de mercado.	50
3.5.1 Determinación de la demanda probable.....	52
3.6 Fidelización de cliente	64
3.7 Estructura organizacional de la empresa.	66
3.7.1 Recursos Humanos.....	66
3.7.2 Infraestructura Física.	71
3.8 Ubicación.	73
CAPÍTULO 4.....	74
4.1 Estudio de Factibilidad Económica.	74
4.1.1 Inversión.	74
4.2 Gastos	77
4.2.1 Gastos Administrativos.....	77
4.2.2 Gastos Generales.....	78
4.3 Financiamiento de la Inversión.	78
4.4 Depreciación.....	80
4.5 Valor de los Servicios del Centro.	81
4.6 Inflación.....	81
4.7 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	82
4.8 Ingresos.	83
4.8.1 Escenario Pesimista.....	84
4.8.2 Escenario Medio.	88
4.8.3 Escenario Optimista.	91
CONCLUSIONES.....	94
RECOMENDACIONES.	96

BIBLIOGRAFÍA.....	98
ANEXOS.....	99
Anexo 1.....	99
Anexo 2.....	100
Anexo 3.....	101
Anexo 4.....	102
Anexo 5.....	103
Anexo 6.....	104
Anexo 7.....	105

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: FIJACIÓN DE PRECIOS	18
Ilustración 2: LA PROMOCIÓN	19
Ilustración 3: MATRIZ FODA	23
Ilustración 4: ADIESTRAMIENTO CON CLICKER.....	28
Ilustración 5: DEVOLUCIÓN DE LLAMADA	30
Ilustración 6: FORMACIÓN PARA LA DEFENSA	31
Ilustración 7: VALLAS.....	33
Ilustración 8: LA MESA.....	33
Ilustración 9: LA PASARELA	34
Ilustración 10: EL BALANCÍN.....	34
Ilustración 11: LA EMPALIZADA.....	34
Ilustración 12: EL SLALOM.....	35
Ilustración 13: TÚNEL RÍGIDO.....	35
Ilustración 14: TÚNEL FLEXIBLE	35
Ilustración 15: EL NEUMÁTICO	36
Ilustración 16: LA RÍA.....	36
Ilustración 17: AHOGADOR.....	37
Ilustración 18: CORREA REGLAMENTARIA	37
Ilustración 19: TREATS	37
Ilustración 20: JUGUETE PARA PERROS.....	38
Ilustración 21: CAMA PARA PERROS.....	38
Ilustración 22: CLICKER	38
Ilustración 23: KENNEL.....	39
Ilustración 24: TARGET STICK	39

Ilustración 25: ARNÉS	39
Ilustración 26: INSEMINACIÓN CON SEMEN FRESCO	43
Ilustración 27: INSEMINACIÓN CON SEMEN CONGELADO.....	44
Ilustración 28: INSEMINACIÓN MEDIANTE PAJUELA.....	46
Ilustración 29: INYECTORES PARA PAJUELAS	47
Ilustración 30: CORTADOR DE PAJUELAS	47
Ilustración 31: DILUYENTES PARA SEMEN	47
Ilustración 32: PAJUELAS VACÍAS.....	48
Ilustración 33: VAGINA ARTIFICIAL	48
Ilustración 34: MICROSCOPIO	48
Ilustración 35: GUANTES	49
Ilustración 36: CILINDRO DE NITRÓGENO LÍQUIDO	49
Ilustración 37: CENTRÍFUGA.....	49
Ilustración 38: ADIESTRAMIENTO : PREGUNTA 1	56
Ilustración 39: ADIESTRAMIENTO : PREGUNTA 2	57
Ilustración 40: ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 3	58
Ilustración 41: ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 4	59
Ilustración 42: ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 5	59
Ilustración 43: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 1.....	61
Ilustración 44: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 2.....	61
Ilustración 45: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 3	62
Ilustración 46: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 4	63
Ilustración 47: ORGANIGRAMA.....	66
Ilustración 48: INSTALACIONES.....	72
Ilustración 49: UBICACIÓN.....	73

Índice de tablas

Tabla 1. MERCADO OBJETIVO	51
Tabla 2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	53
Tabla 3. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 1	56
Tabla 4. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 2	57
Tabla 5. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 3	57
Tabla 6. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 4	58
Tabla 7. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 5	59
Tabla 8. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 1	60
Tabla 9. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 2	61
Tabla 10. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 3	62
Tabla 11. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 4	62
Tabla 12. CONSTRUCCIÓN Y VEHÍCULO	74
Tabla 13. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	75
Tabla 14. ADECUACIÓN Y EQUIPAMIENTO DEL CENTRO	76
Tabla 15. INVERSIÓN	77
Tabla 16. GASTOS ADMINISTRATIVOS	77
Tabla 17. GASTOS GENERALES	78
Tabla 18. INDICADORES DE AMORTIZACIÓN	78
Tabla 19. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	79
Tabla 20. AMORTIZACIÓN CON FLUJOS ANUALES	80
Tabla 21. DEPRECIACIÓN	80
Tabla 22. VALOR DE LOS SERVICIOS	81
Tabla 23. INFLACIÓN	82
Tabla 24. TMAR CON INFLACIÓN	82
Tabla 25. ESCENARIO PESIMISTA	84

Tabla 26. FLUJO NETO DE EFECTIVO DE ESCENARIO PESIMISTA	85
Tabla 27. DEMANDA POR SERVICIOS DE ESCENARIOS PESIMISTA	87
Tabla 28. ESCENARIO MEDIO	88
Tabla 29. FLUJO NETO DE EFECTIVO DE ESCENARIO MEDIO	89
Tabla 30. DEMANDA POR SERVICIO DE ESCENARIO MEDIO	90
Tabla 31. ESCENARIO OPTIMISTA	91
Tabla 32. FLUJO NETO DE EFECTIVO DE ESCENARIO OPTIMISTA	92
Tabla 33. DEMANDA POR SERVICIOS DE ESCENARIO OPTIMISTA.....	93

RESUMEN

Actualmente es común que las personas consideren a sus mascotas como parte de la familia ya que el día a día los hace parte de ellos. Los problemas conductuales (etología) son los más frecuentes en un perro por diversos motivos tales como la agresividad, higiene, hiperactividad, etc. Así mismo al momento de reproducir una hembra en la generalidad de los casos ocurre sin la asistencia y conocimiento que lo puede otorgar un centro de adiestramiento y reproducción canina como el que se propone en este proyecto, que en concreto tiene como objetivo hacer un estudio minucioso sobre los temas de reproducción y adiestramiento en un escenario que carece de estos servicios en un nivel profesional y especializado; más aún cuando en los últimos años en la sociedad ecuatoriana se está creando conciencia respecto de la responsabilidad que significa tener una mascota así como también del cuidado animal.

Es por esto que se genera la necesidad de realizar un estudio de factibilidad consistente en la creación de un centro de adiestramiento y reproducción canina en la ciudad de Guayaquil que tiene por objeto educar de manera profesional a los canes y brindar un servicio de reproducción mediante inseminación artificial cumpliendo con las normas elementales y protocolarias requeridas por esta especialidad.

Palabras claves: Adiestramiento, reproducción, etología, inseminación artificial.

ABSTRACT

Nowadays is common that people consider their pets as part of their families since the day makes of them. Behavioral problems (ethology) are the most common in a dog for various reasons such as aggressiveness, hygiene, hyperactivity, etc. Also when you play a female in the majority of cases occur without the assistance and knowledge that can give a training center and canine reproduction such as that proposed in this project, which specifically aims to make a thorough study on issues of reproduction and training in a setting that lacks these services in a professional and specialized level; even though in recent years in the Ecuadorian society is creating awareness of the responsibility that having a pet as well as animal care.

That is why the need for a consistent feasibility study on the creation of a training center and canine reproduction in the city of Guayaquil that aims to educate professional manner to provide service dogs and breeding through insemination is generated artificial complying with elementary and formal standards required by this specialty.

Keywords: Training, reproduction, ethology, artificial insemination

INTRODUCCIÓN

Antes de la Primera Guerra Mundial, la mayoría de los canes eran miembros responsables de la familia con trabajos importantes que hacer. Ellos cuidaban las propiedades, daban protección personal, arreaban los ganados, ayudaban en la caza etc. Los perros quedaron "entrenados" como resultado de los acuerdos de trabajo que tenían dentro de las familias. Durante la Primera Guerra Mundial muchos canes fueron utilizados para ayudar a los hombres de servicio en combate y, como resultado la gran mayoría de ellos se convirtieron en víctimas de la guerra. Esto provocó que las fuerzas armadas capaciten grandes cantidades de canes para reemplazar el constante desabastecimiento de los mismos.

La necesidad de formación rápida ocasionó el nacimiento de la capacitación formal de los canes. Es cierto que algunos perros, por lo general los que tienen un temperamento propicio para el trabajo de servicio, fueron capaces de tolerar el entrenamiento y seguir respondiendo al alto grado requerido. Sin embargo, muchos de estos canes físicamente no podían soportar las demandas de entrenamiento intenso, y por lo tanto su voluntad de agradar fue derrotada. Estos perros fueron generalmente considerados como inferiores o incapaces de aprender. Esto dio lugar a la creencia de que sólo los más duros, como los perros alfa eran capaces de aprender.

En las últimas décadas los métodos de entrenamiento ganaron popularidad y estaban siendo ampliamente utilizados por los entrenadores y propietarios en gran parte de Europa y EE.UU. Existen dos formas de adiestramiento canino: Las técnicas basadas en las teorías del aprendizaje que se refieren al apoyo positivo, apoyo negativo o castigo y las técnicas de adiestramiento basadas en etología canina que son aquellas que se

concentran más en el comportamiento del perro pero su enfoque principal está en el dueño a través de la demostración de su autoridad como líder de la jauría.

En el Siglo XIX la gente comenzó a llevar un registro de las líneas de sangre canina y clasificarlas en razas específicas en lugar de tipos genéricos como canes de caza o can faldero etc. Hoy en día, vivimos con más de 400 razas reconocidas por clubs de perreras de todo el mundo, que rigen las exposiciones caninas, pruebas de campo, pruebas de caza, pastoreo y otras medidas de calidad y capacidad de trabajo. Mientras que muchos de esos perros todavía realizan el trabajo para el que han sido criados durante siglos o incluso milenios, la mayoría de ellos viven con nosotros como compañeros, quizás este sea el trabajo más importante de todos.

La reproducción tal como la conocemos hoy en día es de reciente innovación. Existen dos procedimientos: por monta natural o por inseminación artificial. La tasa de concepción mediante inseminación artificial es de al menos el 90% posible usando un enfoque sistemático para la cría. Actualmente este tipo de centros constan en países como EE.UU o España entre otros ya que tienen una fuerte acogida en el mercado. Con base a esta información podremos determinar la factibilidad del proyecto mencionado mediante una serie de parámetros a seguir con sus respectivas justificaciones.

CAPÍTULO 1

1.1 Antecedentes

La falta de Centros especializados en la conducta del can (centros de adiestramientos) en Ecuador especialmente en la ciudad de Guayaquil ha derivado en la proliferación de entrenadores particulares, muchos de ellos sin adecuada capacitación y experiencia para este tipo de trabajo y ejercen como profesionales.

Actualmente son escasos los lugares que brinden este servicio ya que muchas veces no cumplen con los permisos necesarios o la infraestructura no es la adecuada. La cultura en cuanto al cuidado canino en esta ciudad es muy pobre ya que ciertas personas los consideran como objetos y no les dan el cuidado necesario. Ciertas fundaciones se encargan de rescatar a los canes de las calles, darles la ayuda veterinaria que necesitan de cualquier especialidad, cubren el tratamiento hasta su recuperación total, les buscan un hogar temporal para que este se haga cargo del can hasta que encuentren el hogar definitivo pero muchos de estos canes como llevan una vida ambulante por lo general son violentos y agresivos por esta razón es más difícil poder rescatarlos ya que su conducta no es manejable y poder derivarlos a un hogar es aún más complicado.

De igual manera la ciudad de Guayaquil no cuenta con un centro especializado en reproducción canina con los cuidados necesarios. En ciertas veterinarias o locales de venta de canes realizan procedimientos que no son los correctos, no siguen los protocolos establecidos y solamente se preocupan en que la hembra se reproduzca sin ningún chequeo previo y posterior al parto. La reproducción canina mediante inseminación artificial no es muy común en nuestro medio ya sea por desconocimiento o por

diferentes motivos. Existe un alto porcentaje que por este medio de reproducción evitaría que en un futuro no tengan problemas genéticos como malformaciones entre otros, los cuales les impediría llevar una vida plena y tranquila. Esto ayudaría a conservar su linaje en otras palabras serían canes de raza pura y tendría su historial genético.

No existe por el momento un centro que trabaje en conjunto con estas fundaciones mencionadas para que al instante del rescate intervengan ambos y den un servicio completo y garantías de salud y seguridad para las personas que los adopten ya sea de manera temporal o definitiva.

1.2 Planteamiento del problema.

El adiestramiento canino se ha vuelto una actividad muy importante y reconocida a nivel mundial, ya que ayuda a mejorar la conducta de los canes. La ciudad de Guayaquil cuenta con este servicio pero es realizada por empíricos la mayoría de veces más no por profesionales en el tema (etólogos). Actualmente el interés por las reproducciones caninas de raza pura ha incrementado es por esto que se han realizado estudios para utilizar otros métodos distintos a los convencionales los cuales ya se han efectuado y ha dado excelentes resultados. Siendo las mayores debilidades el no llevar un control médico apropiado del can y el entrenamiento en lugares no adecuados como son calles, parques o plazas donde no tienen los implementos adecuados para realizar todos los ejercicios que necesita la rutina para que el can desarrolle de manera óptima sus habilidades, y de igual manera la ausencia de lugares enfocados en las reproducciones caninas de raza pura en la ciudad de Guayaquil impulso a la elección de este proyecto.

1.3 Objetivo General.

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación y desarrollo de un Centro de Adiestramiento y Reproducción Canino en la Ciudad de Guayaquil.

1.3.1 Objetivos Específicos.

1.- Determinar las bases del proyecto por medio del marco teórico, marco conceptual, marco metodológico, marco legal y responsabilidad social.

2.- Desarrollar análisis de oferta y demanda identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del centro de adiestramiento y reproducción canina.

3.- Realizar el Estudio de Mercado adecuado para determinar si existe la necesidad de implementar un centro de Adiestramiento y Reproducción de canes en la ciudad de Guayaquil y estructurar el mejor equipo de trabajo delegando funciones específicas para cada área trabajando conjuntamente y este dé el mejor entrenamiento y asesoría en la reproducción de los canes.

4.- Elaborar los estudios financieros necesarios para determinar si el proyecto es económicamente viable o no es factible para llevarlo a cabo en la ciudad de Guayaquil.

1.4 Marco Teórico.

Para este proyecto será necesario realizar un estudio de mercado el cual tendrá que efectuar una recopilación de datos, análisis e interpretación de la información sobre el mercado, el servicio que se ofrecerá, los clientes potenciales, los hábitos de consumo, la ubicación, necesidades de mercado y la competencia. Esto permitirá determinar la viabilidad del proyecto antes de comprometer los recursos. La segmentación de mercado y la diferenciación de productos (la creación de una identidad para el servicio

que la separa de los competidores) son imposibles de desarrollar sin la identificación de los competidores y evaluar sus estrategias para determinar sus fortalezas y debilidades relativas a las del propio servicio. De igual manera se aplicará un análisis de la competencia que es una parte fundamental para este proyecto. Con esta evaluación se podrá establecer lo que hace que el servicio de adiestramiento y reproducción canina sea único y por lo tanto qué atributos se puedan emplear o aplicar con el fin de atraer a su mercado objetivo. Se evaluará a los competidores de acuerdo a como compiten por ganar la mayor parte del mercado. Los puntos a considerar serán: la lista de su producto o servicio, su rentabilidad, el patrón de crecimiento, los objetivos de marketing, las estrategias actuales y pasadas, la estructura organizacional y de costos, fortalezas y debilidades, y el tamaño (en ventas) del negocio de la competencia. Podremos realizar preguntas tales como: ¿Quiénes son nuestros competidores? ¿Qué tipo de medios se utilizaran para comercializar nuestro servicio? ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de cada competidor? ¿Qué amenazas potenciales no plantean los competidores? ¿Qué oportunidades potenciales tenemos a nuestra disposición? Entre otras interrogantes.

Debemos elegir un modelo de negocio para implementar en el centro de adiestramiento y reproducción canina que este genere ingresos y obtenga un beneficio de las operaciones. El modelo deberá incluir los componentes y funciones del centro, así como los ingresos que genera y los gastos en que incurra. Se necesitará un grupo de personas para trabajar en el proyecto o para realizar una función determinada. Gestión de equipo implica normalmente prioridades de ajuste del equipo y los objetivos de desempeño, revisar el desempeño y los métodos empleados y encabezar el proceso de toma de decisiones del equipo. Para concluir debemos realizar una proyección financiera que trabajando en ella cada año podría ser una de las cosas más importantes que hacer en este proyecto. Los resultados a menudo son menos importantes que el proceso en sí. La planificación estratégica permite "llegar por vía aérea" a los problemas cotidianos de

funcionamiento de la empresa, hacer un balance y establecer un rumbo claro a seguir. La planificación regular también nos ayudará a afrontar el cambio, tanto dentro como fuera del centro pero constantemente re evaluando las fortalezas, los mercados de la empresa y de la competencia con estos puntos mencionados se podrán reconocer de inmediato los problemas y oportunidades.

1.5 Marco Conceptual.

Adiestramiento canino.

El criterio de comportamiento es una definición clara de la misma. Se deja en claro exactamente lo que se espera que el can haga. En términos científicos, el criterio que se conoce como una "definición operacional" o concepto definido por la forma en que se mide. Existen diversas maneras de adiestrar a un can y cada concepto es diferente. Muchas personas tratan esto como una señal / comando que hace que sea más difícil para el mismo ya que lo que se debe hacer muchas veces no está claro. En resumen, tener criterios claros y consistentes para las conductas que se desea que realice el can, hace que el proceso de formación sea más fácil.

Reproducción canina y reproducción mediante pajuela.

Es la acción de reproducirse. El ciclo reproductivo de una hembra está regulado por las hormonas producidas tanto en el cerebro y el ovario. Estas hormonas no sólo producen los cambios en los órganos reproductores necesarios para el embarazo, pero causan algunas salidas dramáticos en el comportamiento normal de su mascota también. Las hormonas influyen en la fertilidad y el comportamiento reproductivo de la misma aunque su calor y ciclos reproductivos pueden variar según el comportamiento ambiental y la cría. Básicamente, hay tres fases en el ciclo reproductivo de la hembra: la

folicular, lútea y las fases de reposo. Cada fase está bajo la influencia de la hormona dominante producida. Es realmente asombroso observar el sistema de sincronización y la retroalimentación desde el cerebro hasta el ovario y la espalda.

La reproducción mediante pajuela consiste en la adquisición manual de semen para su consecutivo depósito en la vagina de una hembra en celo. El esperma recopilado y para completar la evaluación se lleva a cabo, incluye la evaluación de la motilidad, el conteo de espermatozoides y la morfología de las células del esperma. Se selecciona una concentración adecuada de espermatozoides para facilitar su crio preservación. La muestra se deja enfriar poco a poco durante un mínimo de 3 horas. Después del periodo de equilibrio de la evaluación posterior se hace y si la muestra sigue mostrando buena movilidad se envasa en la paja y se congela. El semen conservado permite la mayor propagación de características genéticas deseables, advertencia de enfermedades, reducción de costos al no poseer la necesidad de trasladar los animales, disminuir los peligros de movilizar un can y prevenir el stress del viaje. El valor agregado del congelado del semen, es la oportunidad de conservar por mucho tiempo (años) la genética de un espécimen, así sea luego de haber fallecido, posibilitando la reutilización de sus genes algunas generaciones luego de su deserción, cuando sus características genéticas comienzan a diluirse y desvanecer. Cuando se presenta enfermedades terminales no hereditarias o se sabe a ciencia cierta que un espécimen de valor va a fallecer a corto plazo, el almacenamiento de su semen, proporciona al criador continuar usando su perro aún posterior de su muerte sin modificar su plan de crianza. Así mismo deja que sobresalientes progenitores logran ser usados de manera más extensiva.

1.6 Marco Metodológico.

El método a utilizar es el cualitativo. Se refiere a una investigación principalmente exploratoria. Se la utiliza para obtener una comprensión de las razones subyacentes, opiniones y motivaciones. Se proporciona información detallada sobre el problema o ayuda para desarrollar ideas e hipótesis. De igual manera para descubrir tendencias en el pensamiento y opiniones, y el buceo profundo en el problema. La observación como método de recolección de datos es la selección y registro de los comportamientos de las personas en su entorno. Es útil para generar descripciones detalladas de las organizaciones o eventos, para la obtención de información que sea de otro modo inaccesible, y para la realización de la investigación cuando otros métodos son inadecuados. Algunos métodos comunes incluyen grupos focales (discusiones de grupo), entrevistas individuales y de participación / observaciones. El tamaño de la muestra es normalmente pequeño y los encuestados son seleccionados para cumplir con una cuota determinada.

1.8 Marco Legal.

Para la constitución de la compañía y el desarrollo de ambos servicios dentro de ella será necesario cumplir con normas obligatorias que avalan la constitución de la misma. Puede presentar ciertas restricciones en las actividades de la empresa pero ayudarán a dar un correcto funcionamiento dentro del campo legal. Las entidades reguladoras son: Agrocalidad, Superintendencia de Compañía entre otras.

Agrocalidad

Según la resolución DAJ-2014389-0201.0302 indica lo siguiente:

CAPITULO III: Requisitos generales para obtener el permiso sanitario de funcionamiento a los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centros de manejo de perros y gatos ante Agrocalidad.

Artículo 5.- Los requisitos generales para obtener el permiso sanitario de funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centros de manejo de perros y gatos ante AGROCALIDAD son:

- a) Solicitud de Registro.- Utilizando el formato establecido (ANEXO 2)
- b) Pago de la tasa de inspección.
- c) Informe positivo de la inspección a los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centros de manejo de perros y gatos, donde se verificará que las instalaciones y procedimientos estén acordes a las directrices emitidas por AGROCALIDAD.
- d) Tratándose de propietario o Persona jurídica, copia del estatuto social vigente y copia del nombramiento de su representante legal.
- e) Copia de cédula de identificación del propietario y administrador del establecimiento.
- f) Copia del título del Médico Veterinario debidamente registrado en el SENESCYT responsable del establecimiento, además, de los contratos respectivos.
- g) Carta de responsabilidad del Médico Veterinario notariado (ANEXO 3).
- h) Croquis de ubicación
- i) Plano del establecimiento, especificando el destino de cada una de sus dependencias.
- j) Procedimiento operativo estándar (POES) de eliminación de desechos médicos (productos biológicos contaminados con sangre, vacunas utilizadas, placas de frotis, objetos cortos punzantes utilizados) y cadáveres.
- k) Autorización municipal.
- l) Permiso del cuerpo de bomberos.
- m) RUC actualizado
- n) En el caso de clínicas u hospitales veterinarios presentar el certificado de habilitación emitido por la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica.

CAPÍTULO IV: Centros que prestan Servicios de atención Médico Veterinaria

Artículo 6.- Centros de servicio de atención médico veterinario

b) Consultorios Veterinarios. Son aquellos establecimientos que prestan servicios en clínica ambulatoria, (medicina preventiva y consulta externa) y cirugía menor, es decir aquellas intervenciones que no requieren del uso de quirófano ni anestesia general, sala de observación, ni sala de hospitalización.

El área del consultorio deberá tener como mínimo las siguientes dimensiones:

- a) Un área destinada para consulta no menor a 9 m²; sala de espera no menor a 4 m², y servicio higiénico para clientes.
- b) El consultorio deberá estar equipado con instrumentos para realizar el examen físico y primeros auxilios, instrumental básico, autoclave y refrigerador. Incluirá, al menos, mesa de exploración con buena iluminación, ventilación y dotación de agua.
- e) Procedimiento Operativo Estándar de atención clínica.
- d) Deberá existir un área de eliminación de desechos comunes hospitalarios, siguiendo las normas nacionales del Ministerio del Ambiente, salubridad e higiene. Cumplirán con las normas del Cuerpo de Bomberos para la prevención de incendios. El personal técnico estará compuesto por un Médico veterinario registrado en el SENESCYT y un auxiliar de servicios.

CAPITULO V: Centros de manejo de perros y gatos

Artículo 7.- Requerimientos y obligaciones literal # 6

De los centros de adiestramiento (perros):

- a) Estar cercados por una pared de material o vallado perimetral, que impida la salida de los animales del área habilitada.
- b) Estas actividades se desarrollaran en sitios que cuenten con la infraestructura adecuada y espacios idóneos, según la naturaleza y tipo de adiestramiento.
- c) El personal encargado de los entrenamientos deberá poseer certificados que acrediten su capacitación.
- d) El adiestramiento de ataque, protección y defensa requerirá una infraestructura física que contemple un amplio espacio para una libre circulación de los animales, con las debidas seguridades que permitan salvaguardar la integridad física de los animales, de los entrenadores, propietarios y otros animales.
- e) Se prohíbe esta actividad en áreas públicas como parques, jardines u otras zonas donde existan concentraciones humanas y vehiculares.

f) El personal técnico y auxiliar deberá mantener un certificado ocupacional de salud actualizado.

g) Los animales a ser entrenados deben contar con su respectivo certificado de salud, certificado de vacunación actualizado y certificado de tratamiento antiparasitario completo, emitido por un médico veterinario registrado en el SENESYCT.

Superintendencia de Compañías:

Dentro de (Ley de compañías, 1999) se encuentran los siguientes artículos para la constitución de la misma:

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;

b) La nómina de los administradores, representantes regales y socios o accionistas; y,

c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

1.7 Responsabilidad Social.

En la medida de las posibilidades el proyecto también contempla colaborar con las entidades y fundaciones dedicadas a la atención y rescate animal, principalmente de los canes abandonados y/o accidentados. Con el profesionalismo de los veterinarios será posible atender de manera inmediata a los canes que se encuentren en situaciones imponderables y/o emergentes. Se implementará dentro de las instalaciones un área con la logística apropiada para proveer primeros auxilios, se lo ayudará hasta el punto de estabilizarlo para que pueda ser trasladado a un centro o clínica especializada donde pueda obtener la atención necesaria.

CAPÍTULO 2

2.1 Estudio de Mercado.

Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2008)

Es la búsqueda sistemática objetiva y análisis de la información relevante para la identificación y resolución de cualquier dilema en el campo de la comercialización.

Las palabras claves en esta definición son; sistemática, objetiva y análisis. La investigación de mercados tiene por meta establecer entorno a su tarea la aplicación de una manera sistemática y objetiva. Esto significa que un plan de investigación detallada y cuidadosamente diseñado se desarrolla en la que se especifica cada etapa de la investigación. Dicho plan de investigación sólo se considera adecuada si se especifica: el problema de la investigación en términos concisos y precisos, la información necesaria para abordar el problema, los métodos que se emplean en la recopilación de la información y las técnicas analíticas que se utilizarán para interpretarlo.

2.1.1 Objetivo del estudio de mercado.

Los objetivos principales del estudio de mercado sirven para mejorar la calidad de la toma de decisiones gerenciales. Se puede reducir el riesgo del negocio conociendo las necesidades y expectativas de los clientes y consumidores, a través del trabajo estadístico de adquisición, información y

organización de datos. Es importante que los objetivos sean claros de lo contrario conducen a expectativas contradictorias y datos irrelevantes.

Este estudio ayudará a identificar la aceptación o acogida del centro de adiestramiento y reproducción canina en la ciudad de Guayaquil. Mediante un análisis estadístico cualitativo se podrá determinar la aceptabilidad del plan de negocio y precisar la viabilidad del proyecto. También se busca determinar la ubicación física, óptima en donde se desarrollará el proyecto por medio de la investigación a nuestros competidores. A través de un análisis FODA se tomarán las decisiones y estrategias apropiadas para enfrentar la competencia y propender al liderazgo del mercado.

2.1.2 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. (Merino, 2008)

En el presente proyecto el análisis de la oferta consistiría en la determinación previa del segmento de mercado al que apuntan nuestros servicios. Esto se lo haría en base a encuestas, haciendo las preguntas adecuadas y analizando las tendencias, requerimientos y necesidades a satisfacer por parte del centro y también identificando las oportunidades para el crecimiento empresarial.

2.1.3 Análisis de la Demanda.

El estudio de la demanda se dirige a calcular, con la mayor precisión posible, las cantidades reales y potenciales de consumo de determinado bien o servicio. (Merino, 2008)

Como lo indica el concepto, este análisis ayudará a identificar el perfil de los beneficiarios y consumidores de igual manera el mercado meta, tamaño y valor del mismo, se podrá determinar la segmentación de mercado y los nichos de mercado. Es evidente reconocer los grupos sociales, niveles de consumo, lugares o regiones geográficas que pueden contar con recursos para adquirir dicho servicio.

Este estudio será utilizado en este proyecto para especificar qué tipo de clientes están dispuestos a pagar por nuestros servicios de adiestramiento y reproducción canina, de igual manera la frecuencia con que solicitarán los mismos y qué rango de precios se deberían manejar. Debemos de tomar en cuenta los ingresos, preferencias y expectativas del cliente objetivo. También utilizar datos de precios competitivos para calcular un valor promedio sobre servicios similares e identificar las limitaciones y restricciones de consumo. Los datos demográficos se usarán para determinar el tamaño del segmento de mercado. El resultado de este análisis de demanda se conoce como una expectativa de la demanda final.

Esta información también se aplicará para planificar estrategias de publicidad, determinar el costo de venta y hacer modificaciones de los servicios en caso de que sea necesario.

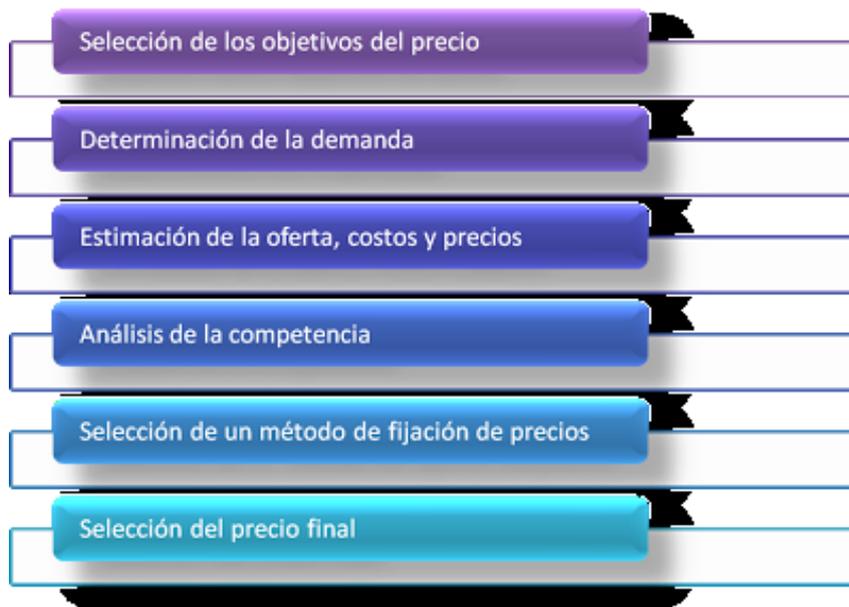
2.2 Precio.

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson, 2006).

El precio es una decisión difícil al lanzar un producto y una estrategia de alto o de bajo precio puede ser tomado con el efecto general de que el más alto precio de los productos será el que menos se venderá. Los clientes quieren saber el costo total de la adquisición, utilización y eliminación de un producto. También será posible tomar un rango medio, el enfoque de fijación de precios moderada, aunque el peligro con que esto ocurre cuando el producto cae entre los dos puntos de vista de percepción de calidad lo barato con bonito y caro con calidad. Se lo fijará de acuerdo a la zona en que se establezca el centro en este caso es en el norte de la ciudad para ser más específicos en Vía La Costa y también en relación a los costos que manejan los diferentes centros de adiestramientos ubicados en la ciudad de Guayaquil.

Procedimiento para la fijación de precios.

Ilustración 1: FIJACIÓN DE PRECIOS



Fuente: (traversecity, 2010)

2.3 Promoción.

La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal. (Thompson, 2010).

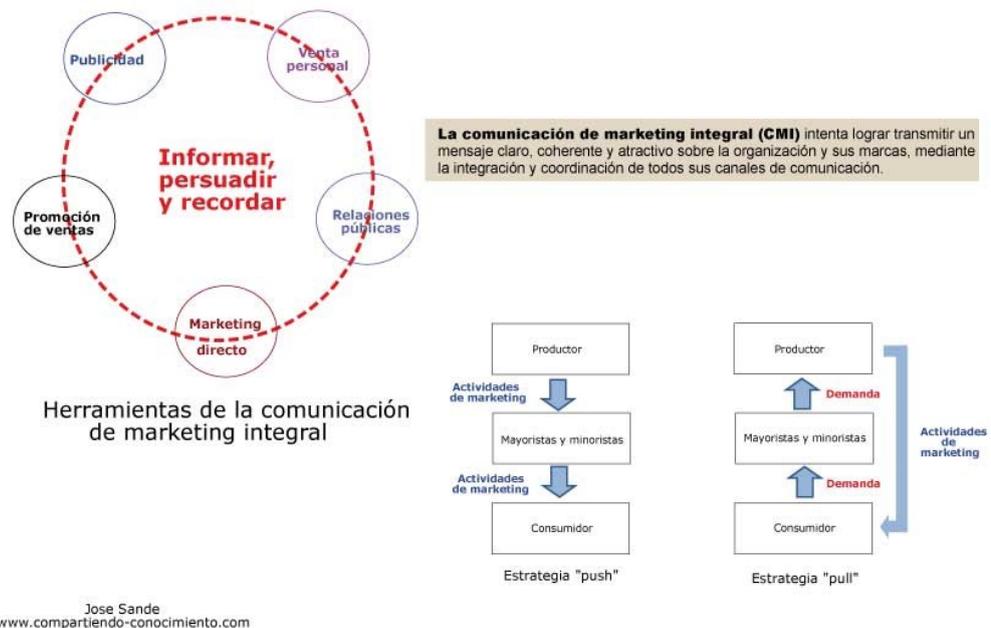
La estrategia de promoción se basará principalmente en informar a los clientes potenciales de la existencia del centro de adiestramiento y

reproducción canina y hacer disponible la información correcta al cliente objetivo. Se estará apuntando a diferentes segmentos meta, donde las herramientas y los mensajes promocionales pueden variar un poco para que coincida con el mercado previsto. Sin embargo, en todos los casos la comercialización transmitirá la sensación de calidad y profesionalismo en cada imagen, cada promoción y cada publicación. Por lo tanto se tiene la intención de dar a conocer la presencia del centro mediante volantes, cuñas radiales, redes sociales, correos electrónicos etc. Los clientes quieren una comunicación bidireccional con las empresas que conforman el producto.

Una fuerte promoción del servicio en caso de que sea barato puede conducir a una rápida penetración en un mercado grande, ganando una posición inexpugnable.

Ilustración 2: LA PROMOCIÓN

La promoción



Fuente: (Sande, 2010)

2.4 Competencia.

La identificación de los competidores y evaluar sus estrategias ayuda a determinar sus fortalezas y debilidades relativas a las cuales debemos enfrentar para dar un servicio diferenciado de adiestramiento y reproducción canina. Un análisis de la competencia es una parte fundamental de un plan de marketing de la empresa. Con esta evaluación, se puede establecer de qué manera nuestros productos y servicios sean competitivos y por lo tanto qué atributos utilizar con el fin de atraer al mercado objetivo.

La cantidad de centros de adiestramientos en Guayaquil es muy escasa. En cuanto a la competencia de servicios especializados para canes proliferan los adiestradores empíricos sin ningún grado de preparación académica. Esto nos permite diferenciar, ya que en el proyecto se planifica contar con un equipo de profesionales académicamente preparados para brindar un servicio de alto nivel con el fin de que los clientes puedan encontrar satisfacción en los productos que se proveen. En lo que se ha podido investigar, en la ciudad se han identificado apenas dos lugares que dan servicios afines a los que propone el presente proyecto, observando que dichos centros no disponen servicios con valor agregado y por tal motivo no presentan una amenaza de competencia directa, dado que realizan su trabajo de una manera empírica y no actualizada al no contar con instalaciones y personal de ejecución adecuados para la realización de un trabajo profesional.

2.4.1 Análisis FODA.

El análisis FODA fue desarrollado originalmente para los negocios y la industria, pero es igualmente útil en áreas sociales como la salud, la educación e incluso para el crecimiento personal. Los puntos fuertes de este

método son su simplicidad y la aplicación a una variedad de niveles de funcionamiento.

Ayudará a tomar la información de un análisis ambiental y separarlo en internos (fortalezas y debilidades) y asuntos externos (oportunidades y amenazas).

También se aplicará este análisis para determinar la planificación estratégica, evaluación del nivel de competidores, marketing, desarrollo del centro de adiestramiento y reproducción canina y los informes de investigación. En la planificación estratégica se considera este análisis como fuente de información que en conjunto con los siguientes puntos ayudarán en el proyecto presente:

- ✓ Construye fortalezas del proyecto.
- ✓ Revierte las debilidades.
- ✓ Maximiza la respuesta a las oportunidades.
- ✓ Supera las amenazas del centro.
- ✓ Colabora en la identificación de las competencias básicas del centro.

Entre otros puntos. Este análisis proporcionará información que ayuda en la sincronización de los recursos y capacidades del centro de adiestramiento y reproducción canina con el entorno competitivo en el que opera el mismo.

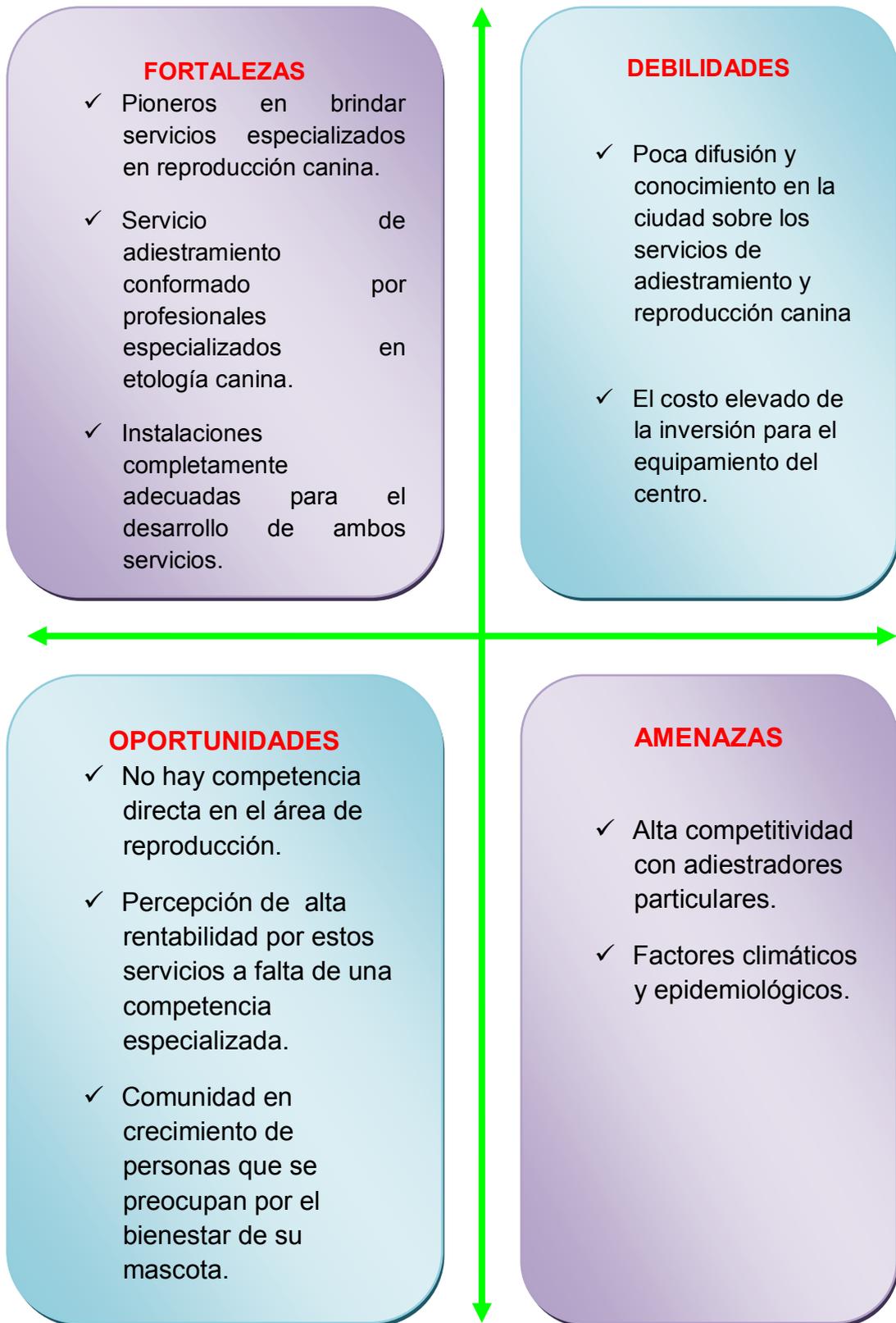
Al examinar el potencial del proyecto, ayudará a determinar los posibles riesgos y oportunidades; se podrá identificar cuáles serían los mayores retos al nivel de la competencia en el ámbito del adiestramiento y la reproducción canina y además encontrar nuevos y prometedores mercados

De igual manera servirá como un panel de control para los servicios de adiestramiento y reproducción canina el cual si se lo opera apropiadamente podrá ayudar a navegar e implementar una estrategia sólida en el centro, independientemente de su tamaño o sector de la sociedad. Una vez que

esto se haya completado, el análisis determinará lo que puede ayudar al proyecto en el cumplimiento de sus objetivos, y qué obstáculos hay que superar o reducir al mínimo para lograr los resultados deseados.

A continuación se adjunta la Matriz FODA relacionada con el tema de adiestramiento y reproducción canina.

Ilustración 3: MATRIZ FODA



Elaborado por Carla Romero y Humberto Henríquez.

CAPÍTULO 3

3.1 Misión y Visión

Misión

Brindar los servicios de adiestramiento y reproducción canina con un nivel de excelencia y especialidad para la plena satisfacción de los clientes, cumpliendo a cabalidad con profesionalismo y responsabilidad social.

Visión

Llegar a ser la empresa líder del mercado en centros de adiestramiento y reproducción canina, buscando la expansión y el crecimiento empresarial que conduzca a un reconocimiento no solo a nivel nacional sino también internacional.

3.2 Objetivos como empresa.

- ✓ Crecer como empresa y generar altos ingresos.
- ✓ Fomentar la cultura de cuidado y protección animal.
- ✓ Generar fuentes de trabajo.
- ✓ Difundir este tipo de negocios.
- ✓ Ser líderes en el mercado.
- ✓ Ser reconocidos por la excelente calidad y servicios que se brinda.
- ✓ Expandir la marca a nivel nacional y en 5 años poder incursionar a nivel de Sur América.
- ✓ Preservar las razas puras en los canes.

3.3 Descripción del proceso de adiestramiento.

Proceso de adiestramiento

Los métodos de enseñanza utilizados para educar y rehabilitar a los seres humanos han cambiado y los de los canes también. Las ciencias sociales nos han permitido comprender que la prevención y la educación son herramientas mucho mejores que el miedo, la sumisión y el castigo.

Sin embargo, para ser óptimo, se debe hacer con el respeto a la mascota y se basa en tres principios básicos:

La relación con el perro: El perro debe obedecer a su dueño, pero no se debe considerar inferior a él para establecer una relación de "igualdad", mientras que se basa en el cumplimiento de las reglas que imponen.

Motivación: ya sea a través de una golosina o una caricia, siempre se debe usar una recompensa para motivar el aprendizaje de su animal.

La supresión gradual de la recompensa: para mantener solamente la obediencia.

La efectividad de la educación en el refuerzo positivo.

Hay dos razones por las que un perro produce un comportamiento: porque será recompensado si cumplen o castigado si no lo hace.

Aprender sin errores utilizando técnicas amigables, es posible y mucho más eficiente. En repetidas ocasiones, la investigación científica ha demostrado - tanto en los animales y en los seres humanos - los rendimientos excepcionales en el uso de aprendizaje positivo, progresista.

Los puntos fuertes de educación positiva:

- Minimiza el número de errores durante el aprendizaje.
- Reduce el tiempo de aprendizaje de una habilidad.

- La reducción de errores futuros.
- Crea menos frustración, el estrés y la agresión.
- No descarta ciertos comportamientos que podrían ser deseables.
- No crea una respuesta emocional condicionada relacionada con la condena de una parte del comportamiento o tarea.
- No crea una reacción emocional asociada con el castigo en relación con el lugar, entrenador o entrenamiento.

Existe la jerarquía,

Es contextual y situacional, está en constante cambio y depende del entorno, problemas, y las personas que interactúan. Un perro se hará cargo de otro en función de sus preferencias y motivaciones. Sin embargo, se debe entender que todos los perros tienen diferentes preferencias y límites, lo que provoca que un individuo sea "dominante" en un caso y "sumiso" en otro.

Aquí algunos extractos del libro "En la mente de un perro" (Horowitz, 2013)

"Principios de Doma Clásica y estudios científicos no están de acuerdo. Entrenadores es probable que basar su informe a los perros en una analogía con el lobo. Los científicos saben poco sobre el comportamiento natural del lobo, y lo poco que saben a menudo contradice los fundamentos de esta analogía. "

"La analogía con la organización de la manada mantiene un gran atractivo para muchos, sobre todo si el hombre se coloca en el papel dominante. "

"La noción de manada nos ofrece un cómodo cuando dudamos sobre cómo gestionar una presencia canina. "

"En la naturaleza, las manadas que incluyen individuos prácticamente relacionadas: estas son las familias, no grupos similares que compiten por el lugar dominante. "

Mitos en el proceso de adiestramiento

La acción punitiva:

Los seres humanos, cegados por la falsa promesa de que ser el "líder de la manada" de su perro implica el respeto y la obediencia, utiliza diversas formas de intimidación física y psicológica.

Cuando la evidencia de que la teoría de la jerarquía es inconsistente con el ser humano, se hace difícil justificar el abuso emocional y físico a los animales para que obedezcan mejor.

Las desventajas asociadas a este tipo de educación generan riesgos de agresión muy elevados por el nivel de estrés, las necesidades y las señales de apaciguamiento no son respetadas, cicatrices emocionales a veces irreversibles y relación hombre-perro basada en tensas desde la confrontación.

Los métodos a aplicar para el adiestramiento canino son los siguientes:

Entrenamiento clásico:

Este tipo de formación es el más antiguo hasta la fecha. La mascota asocia rápidamente un comportamiento deseado a una recompensa. Con el fin de animar a ella, esta formación se basa en el uso de accesorios como collar, correa o el silbato. A diferencia de otras formas, la amonestación se tolera siempre que siguen siendo raros y nunca recurren a la violencia. Si el perro no cumple con la orden, es conveniente llegar a él solamente cambiando el tono de voz, esto debería ser suficiente para hacerle comprender el descontento.

El adiestramiento con clicker.

Este método es el de diversión rápida y más sencilla para los dueños de perros, especialmente para aquellos en los que sea su primera mascota. Esta formación se basa en el uso de una herramienta: el clicker. Esto viene en la forma de una caja de plástico con una lengüeta metálica que emite un chasquido característico cuando el entrenador presiona con el dedo. Este click rápidamente se asocia con un comportamiento deseado. Al igual que con todos los otros tipos de formación, el objetivo es eliminar el clicker luego la recompensa a largo plazo. Este método es adecuado para todos los perros, pero no obstante, es el más recomendado para cachorros muy jóvenes que son a menudo inquietos.

Ilustración 4: ADIESTRAMIENTO CON CLICKER



El método natural.

Este método se llama natural porque es el resultado de la observación de lobos madres que enseñan a sus pequeños comportamientos básicos. Se basa en el respeto por el animal. Sin restricción se impone. De hecho, los defensores de esta práctica parten del principio de que si no hay una limitación, el animal no tendrá ninguna sospecha, reduciendo así los conflictos que inevitablemente conducen a una pérdida de confianza.

El entrenador se asegurará de repetir las mismas palabras para que el perro asocie rápidamente a la serie de comportamiento que se espera de él. Las recompensas son los mismos que en los tipos de formación anteriores. Sin embargo, si el animal no obedece a la primera prueba, el etólogo simplemente lo ignora o lo guía hablándole, por consiguiente, no se tolera el castigo. Este método de entrenamiento es muy suave, es adecuado para todos los perros, incluso los más agresivos. Sin embargo, la noción de jerarquía sigue siendo fundamental.

El método de devolución de llamada.

Este tipo de formación tiene por objeto garantizar que un perro puede llegar a su amo al comando de voz cuando recuerde. Se basa en principios simples:

- El nombre del perro siempre se asocia con una orden
- Se debe permanecer con un rostro sereno frente a todas las situaciones y por lo tanto a ser pacientes
- El perro nunca será castigado: el animal no deberá asociar el recuerdo de una experiencia negativa.

Ilustración 5: DEVOLUCIÓN DE LLAMADA



La formación para la caza

Este tipo de entrenamiento es muy complejo y se recomienda a menudo llamar a los profesionales. De hecho, se trata de un perro de caza competente, que debe tener un excelente dominio de su fuerza, ser acostumbrado a tiros de fusil de agua y ser capaz de canalizar su energía para mantener la concentración.

La capacitación se realiza en 2 fases: la limpieza (a partir de 6 meses) y la formación completa (de 9 meses).

Al igual que con los otros métodos, se prohíbe el uso de la violencia.

Todos los perros tienen habilidades de caza naturales. Sin embargo, algunas razas son más o menos dotadas que otras.

La formación para la defensa

Esta formación es todavía cuestionable. En efecto, la técnica de mordida es muy controlada hoy en día, se la practica en club, en el ejército o por los profesionales. Las razas de perros "autorizadas" también se reducen. Es un largo aprendizaje que requiere el uso de la inteligencia, la concentración y la fuerza física de la mascota. Hay requisitos obligatorios:

- El respeto a la jerarquía
- El respeto de los comandos básicos
- Nunca ser violento

Entrenar a un perro en defensa requiere un trabajo muy repetitivo y regular. La calidad de la formación dependerá principalmente de carácter del perro y de confianza entre él y su amo donde la jerarquía debe ser impecable. Todos los perros no pueden ser utilizados para fines de defensa.

Ilustración 6: FORMACIÓN PARA LA DEFENSA



El adiestramiento visual

La doma visual podría ser llamada "gestual" en el sentido de que el objetivo es entrenar al perro por la estimulación de la vista, donde otras formas son utilizadas principalmente por la voz. De hecho, se ha demostrado que los perros aprendieron rápidamente por el lenguaje corporal. El mimetismo es la columna vertebral del sistema de aprendizaje. Como el etólogo no puede utilizar su voz, le muestra al perro lo que espera y lo recompensa con una caricia o alimentos. Este método se prefiere a menudo en caso de perros sordos o muy adultos (por la corrección tardía de comportamientos indeseables). La comunicación es el valor fundamental que requiere la capacidad de leer el lenguaje corporal canino, que es a menudo el caso de los entrenadores o propietarios ya experimentados.

Servicio opcional: Agility

La agilidad es un deporte que consiste en hacer evolucionar a un perro sin correa o collar en un curso que consta de diversos obstáculos. El entrenador lo guía y alienta para asegurar que cruce completamente los obstáculos, con áreas de contacto forzado. La ruta evidentemente no la conoce, por tanto, el perro y su guía deben adaptarse. Es muy agotador para él entrenador ya que debe guiar a su perro a lo largo de toda la ruta. El perro primero debe ser educado. Un perro no obediente no podrá adoptar el comportamiento correcto en presencia de otros de su mismo tipo o con gritos de aliento de los entrenadores. No obstante todas las razas son bienvenidas, lo principal es divertirse y complacer a un perro.

3.3.1 Recursos materiales y herramientas.

El área de adiestramiento contará con dos campos, uno para agility y otro para entrenamiento normal. La pista o circuito de agility está elaborado para

poner a prueba la destreza, tanto del adiestrador como la del perro. Hay varios niveles o grados de competencia de acuerdo a la experiencia del binomio.

Incluirá:

Ilustración 7: VALLAS



Ilustración 8: LA MESA



Ilustración 9: LA PASARELA



Ilustración 10: EL BALANCÍN



Ilustración 11: LA EMPALIZADA



Ilustración 12: EL SLALOM



Ilustración 13: TÚNEL RÍGIDO



Ilustración 14: TÚNEL FLEXIBLE



Ilustración 15: EL NEUMÁTICO



Ilustración 16: LA RÍA



El campo de entrenamiento normal debe ser tranquilo y sin distracciones, esas serán su característica principal ya que se necesita la atención completa del can en el adiestrador. También muy importante tomar en cuenta la situación climáticas. Los materiales o herramientas que su utilizarán para el desarrollo de las actividades son los siguientes:

Ilustración 17: AHOGADOR



Ilustración 18: CORREA REGLAMENTARIA

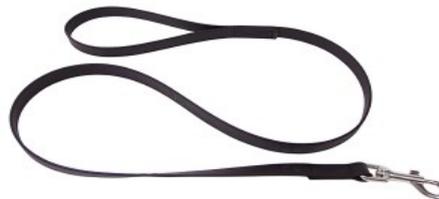


Ilustración 19: TREATS



Ilustración 20: JUGUETE PARA PERROS



Ilustración 21: CAMA PARA PERROS



Ilustración 22: CLICKER



Ilustración 23: KENNEL



Ilustración 24: TARGET STICK



Ilustración 25: ARNÉS



TRANSPORTE CANINO:

El centro de adiestramiento y reproducción canina contará con el servicio de transporte puerta a puerta para aquellas personas que se les imposibilite el traslado de su mascota hacia el centro. El servicio consiste en retirar al can de su hogar en un horario determinado, llevarlo al centro para que realice el entrenamiento y luego regresarlo a su casa. El transporte tendrá una capacidad máxima de 6 kennel (compartimentos) para que los canes puedan ir cómodos, estará acondicionado de manera que garantice la seguridad desde el momento de su partida hasta su llegada cumpliendo con las directrices indicadas en las leyes estipuladas.

3.4 Descripción del proceso de reproducción.

La inseminación artificial en canes es necesaria para el macho en caso que este tenga impotencia coeundi, que se describe como la incapacidad de penetrar el órgano genital del macho en el de la hembra. Existen algunas razas de canes que tienen mucha dificultad en realizar la copula, uno de estos tipos pueden ser los perros que son alargados, en los cuales el síndrome es más severo cuando ya tienen más de 9 años, otro tipo de canes que también tienen dificultad son los que tienen las narices chatas lo que les ocasiona que se cansen más rápidos por su dificultad al respirar como los bulldog , por falta de deseo o placer sexual, cuando el perro sufre de problemas de conducta debido a su estrecha convivencia con el ser humano, también la incapacidad sexual puede ser por afecciones genitales y prostáticas que le produce dolor y la incapacidad para la copula. Viéndolo del lado de la hembra puede ocurrir que por ellas no se pueda llegar exitosamente a una reproducción efectiva, esto se da por problemas físicos o por problemas de agresividad o timidez ya que para una reproducción sexual normal entre canes muchas de las veces hay que trasladar a la

hembra a la casa del macho o al macho dejarlo unos días en la casa de la hembra para que puedan llevar a cabo el acto pero la hembra en ocasiones no se siente cómoda y más bien mantiene alejado al macho. Y el último caso que ha sido muy común para decidirse por la opción de una inseminación artificial es por la distancia que exista entre los lugares donde habitan los canes para que se puedan juntar entonces más practico seria realizar una inseminación artificial ya sea por costos, por comodidad, etc.

Existen tres técnicas de inseminación artificial:

La inseminación con semen fresco:

Esta técnica se utiliza cuando el criador tiene una pareja de reproductores que no consiguen éxito en la fecundación por causas como:

Una de las razones más importantes por las que se recurre a la inseminación artificial es la incompatibilidad de caracteres entre los canes ya que la incompatibilidad de genes produce malas formaciones, que no tenga un buen desarrollo, muchas veces existe la posibilidad que no lleguen al promedio de edad que un can de las razas que son cruzadas, también podemos recurrir a la inseminación por el tema de falta de experiencia de uno o de los dos canes al momento de la monta del macho a la hembra para la reproducción sexual, en el caso que la hembra tenga problemas en las vías genitales como puede ser que sus vías genitales sean estrechas y esto es una seria complicación para que pueda hacerse efectiva la reproducción sexual por el método de monta normal entonces podemos recurrir a la inseminación artificial por cualquiera de sus diversos métodos, puede presentarse el escenario que el macho o la hembra tengan problemas físicos los cuales no les da la facilidad de poderse aparear de manera normal y para poder tener descendencia tienen que recurrir a un método de inseminación.

La técnica de la inseminación con semen fresco consiste en: después de comprobar que la hembra está en su etapa de ovulación, el veterinario se encarga de recoger el semen del macho, que se analiza con microscopio para tener un mejor diagnóstico de las características, de esta manera se comprueba el número, aspecto y movilidad de los espermatozoides, ya teniendo estos resultados y determinando que la esperma del can es propicia para el método se procede a seguir con el ritual de la inseminación. Se introduce la esperma en la vagina de la hembra con una sonda vaginal o, si es el caso que lo van a hacer directo al útero, se lo hace con una sonda uterina.

Después de haber efectuado la inseminación artificial a la hembra se recomienda para un mejor desarrollo del proceso que las extremidades posteriores de la hembra se las tengan levantadas por un promedio de tiempo de diez a quince minutos para que los espermatozoides tenga un mejor ascenso y no ocurra que se regresen y no se efectuó la fecundación, es por esto que hay que tener la precaución que la hembra no orine después de haberle realizado la inseminación, de preferencia si tiene la necesidad de hacerlo que sea después de los diez o quince minutos que tiene las extremidades posteriores levantadas.

La técnica de la inseminación con semen fresco, puede producir tan buenos resultados como la monta natural, es decir alrededor de un 80% de éxito en la gestación. (Fernández, 2012).

Uno de los compromisos del centro de Reproducción canina es que el semen de un can no se lo puede utilizar sin antes haberle comunicado a su dueño y que él nos de la autorización de poder usarlo para poder llevar a cabo el proceso de inseminación en una hembra, o también si es que se presenta el caso de que se necesita el semen del can para algún estudio en particular hay que comunicarle a su dueño.

Ilustración 26: INSEMINACIÓN CON SEMEN FRESCO



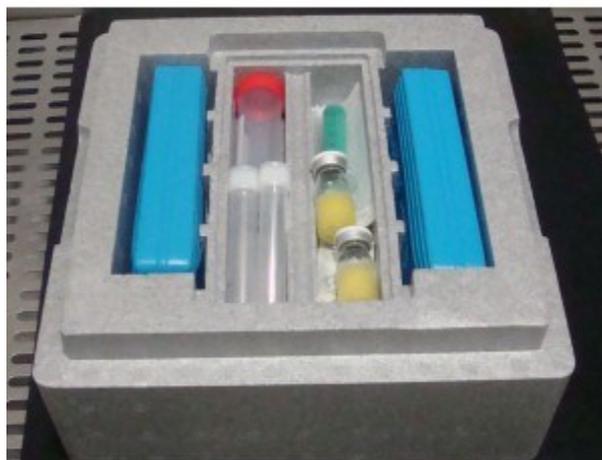
La inseminación con semen refrigerado.

Esta técnica se la emplea cuando el macho y la hembra elegidos para reproducirse viven en lugares diferentes y a distancias considerables que se les hace muy difícil trasladar a uno de los dos canes, por ejemplo que los canes vivan en países diferentes entonces en este caso se necesita congelar el semen para que llegue en buenas condiciones al país de destino, incluso utilizar este método le ayudaría a reducir gastos a los dueños de los canes en comparación si trasladaran a uno de los canes hasta donde se encuentra el otro.

Para llevar a cabo esta técnica de inseminación se requiere que un veterinario autorizado hace la recolección del semen del macho y lo estudia para saber que resistencia podrán tener los espermatozoides, que grado de movilidad tienen, las características del fluido, después de haberlo analizado se lo enfría hasta una temperatura de 4 grados centígrados y se lo hace llegar en un recipiente térmico al veterinario designado a hacer la inseminación, el cual va a controlar el estado en que se ha conservado la esperma y si esta apta para poderla usar, así como que la hembra este en las condiciones para que el proceso sea eficaz.

Este procedimiento debe realizarse en un intervalo de tiempo de 48 horas máximo, contando desde la recolección del semen siguiendo con el proceso de congelamiento, teniendo en cuenta el envío del semen y por último la implantación del semen en la hembra. Es por esta razón que se necesita tener una excelente organización entre el equipo que está a cargo de realizar la inseminación porque es importante coordinar puntos como la disponibilidad de macho para la recolección del semen, tener un seguimiento muy minucioso del ciclo menstrual de la perra, es decir, saber cuándo le toca la luna para saber en qué momento realizar la inseminación y que ésta sea efectiva, estar seguros de la capacidad profesional de los veterinarios que estarán a cargo del proceso para garantizar la operación que se realizara, y por ultimo un punto clave que es que la esperma sea enviada en las condiciones perfectas para que cuando llegue a su destino ésta esté en óptimas condiciones para ser utilizada.

Ilustración 27: INSEMINACIÓN CON SEMEN CONGELADO



Técnica de inseminación con semen congelado

El primer paso para llevar a cabo esta técnica es la recolección del semen ya sea por el método manual o por el de la vagina artificial, luego se realiza un estudio minucioso del semen del can para determinar la calidad y número de espermatozoides que posee para saber qué medidas se tendrán que tomar para poder conservar el semen. Los veterinarios que realicen la técnica de inseminación con muestras de semen congelados deben tener la formación profesional adecuada para que las operaciones que realicen sean muy confiables y tener la seguridad que el resultado será el esperado.

Con el fin de evitar el esperma que contenga menos de 150 millones de espermatozoides móviles o más de un 30% de formas anormales", después se diluye el semen con un crioprotector y se coloca en recipientes que se pueden conservar durante tiempo ilimitado en un banco de semen, con nitrógeno líquido, a una temperatura de menos 196 grados centígrados. (Fernández, 2012)

Después de haber realizado todo los análisis y el semen paso las pruebas y se confirma que si se lo puede congelar en un banco de espermatozoides, se realiza una clausula entre el banco de espermatozoides y el cliente (se firma un documento del banco de espermatozoides) en el cual se aclara que el semen de su can no podrá ser utilizado sin el consentimiento de él, ya que en la situación que sea utilizado él puede llegar a un acuerdo con el dueño de la perra ya sea en parte económica o a lo mejor con algún trueque al momento que nazcan los cachorros.

Los beneficios que se tiene con el método del semen congelado es que se puede realizar intercambio genético de canes que se encuentran en diferentes países, es decir, a distancias considerables, lo cual significaría altos gastos de traslados y hospedaje hasta que se realice todo el procedimiento, es muy tedioso organizar la logística para que el can llegue

en condiciones adecuadas para poder efectuar la inseminación, no es muy factible trasladar una perra para cruzarla con el macho de un continente a otro sin haberla tenido en cuarentena. Tener el semen en un banco de espermatozoides nos ayuda a mantener los genes de un semental durante tiempo ilimitado lo cual significa que podemos utilizar el semen en cualquier momento que queramos incluso se puede mantener el linaje del semental aun cuando este ya haya muerto, y más aún es un excelente método de congelar el semen en razas que ya están en extinción, esta opción del semen congelado también nos sirve para poder hacer estudios sobre las razas existentes y poderlas mejorar para que los canes tengan una mejor vida y así cada vez poder ir mejorando razas puras.

Ilustración 28: INSEMINACIÓN MEDIANTE PAJUELA



Fuente: (Prado, 2013)

3.4.1 Recursos materiales y herramientas.

Los implementos a utilizar para el proceso de inseminación artificial mediante pajuelas son los siguientes:

Ilustración 29: INYECTORES PARA PAJUELAS



Ilustración 30: CORTADOR DE PAJUELAS



Ilustración 31: DILUYENTES PARA SEMEN



Ilustración 32: PAJUELAS VACÍAS



Ilustración 33: VAGINA ARTIFICIAL



Ilustración 34: MICROSCOPIO



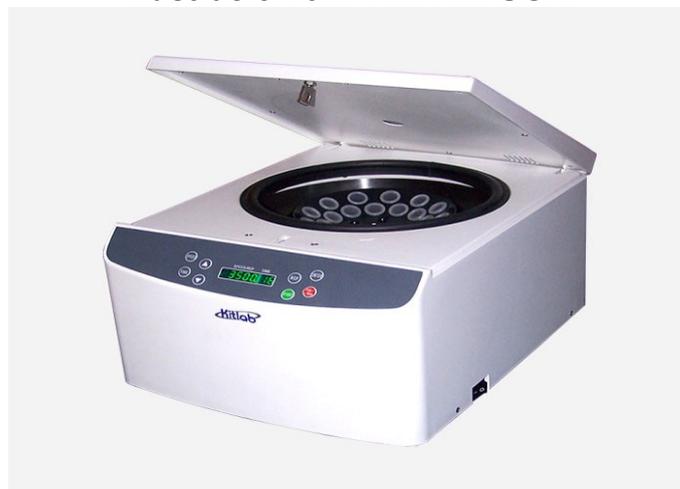
Ilustración 35: GUANTES



Ilustración 36: CILINDRO DE NITRÓGENO LÍQUIDO



Ilustración 37: CENTRÍFUGA



3.5 Estrategia de mercado.

La estrategia de marketing que se aplicará deberá ser eficaz ya que ayudará a definir la dirección general y los objetivos para la comercialización del servicio de adiestramiento y reproducción canina. La misma debe articular cómo se va a ofrecer ambos servicios de una manera que satisfaga a los clientes

Objetivos de marketing.

Se podrá Incrementar las ventas conociendo el centro de adiestramiento y reproducción canina por dentro y por fuera, ofrecer una perspectiva única de ambos servicios, escuchar y tener excelentes habilidades de comunicación con los clientes e identificar los factores económicos ayudarán a un aumento considerable en las ventas. Para crear conciencia del servicio de adiestramiento y reproducción canina se utilizará una serie de enfoques, incluyendo talleres sobre el adiestramiento y reproducción canina para público en general.

De igual manera al momento de aumentar la cuota de mercado implica el incremento del poder relativo del centro de adiestramiento y reproducción canina, singularidad e indispensabilidad en la relación con el cliente.

También se contempla la posibilidad de lanzamiento de nuevos servicios, una vez cubiertas las expectativas de nuestros clientes con ambos servicios, se podrá realizar la viabilidad de la implantación de un nuevo servicio que cumpla con las necesidades del cliente. Otro objetivo es captar nuevos clientes, al momento de brindar un excelente servicio, los clientes transmitirán hacia los demás su experiencia en el centro, esto generará que ingresemos en nuevos mercados e incrementen nuestros ingresos.

Otro punto a considerar es de que en corto plazo poder expandirse a nivel nacional, con la colocación de sucursales que brinden ambos servicios en distintas ciudades del país. Es importante enriquecer las relaciones con clientes y esto se lo logrará a través de paquetes promocionales o descuentos en los servicios premiar a los clientes por su fidelidad. Además se debe mejorar las comunicaciones internas esto es mediante incentivos motivar a los trabajadores a desempeñar sus actividades con compromiso y responsabilidad.

Mercado objetivo

Tabla 1. MERCADO OBJETIVO

<p>VARIABLE GEOGRÁFICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Ciudad de Guayaquil. + Se ubicará al norte de la ciudad. + Amplio terreno para la construcción del centro.
<p>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Dirigido para familias en general y dueños de criaderos. + Público femenino y masculino + Sin distinción de clase social.
<p>VARIABLES PSICOGRÁFICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Personas que se preocupen por la conducta y bienestar de su perro. + Criadores que se interesen en la salud y proceso de reproducción de sus canes.

Elaborado por Carla Romero y Humberto Henríquez

En la presente tabla expuesta se puede visualizar que el proyecto va dirigido a familias y personas que se preocupen por el bienestar de su perro, ya sea conductual o de salud con el fin de mejorar su calidad de vida.

POSICIONAMIENTO

El adiestramiento y reproducción canina se posicionará como un centro especializado en ambos ámbitos a un precio razonable ya que contará con equipamiento de primera e instalaciones adecuadas para el desenvolvimiento del can.

El posicionamiento de la empresa se basa en la ventaja competitiva dada por la provisión de un producto y servicio diferenciados porque la mayoría de las clínicas o consultorios veterinarios solamente aplican la reproducción de forma natural. La diferenciación se basa en que el centro de adiestramiento y reproducción canina desarrolla un ataque estructurado que fomenta el cuidado y bienestar integral de los canes, logrando la generación de valor para los clientes y su consecuente satisfacción. Concentrarse en las necesidades del cliente más allá de los ingresos económicos será la característica distintiva que permita al centro ganar rápidamente cuota de mercado.

3.5.1 Determinación de la demanda probable

MUESTRA

Para poder realizar el cálculo de la muestra se efectuó una investigación que tomó como referencia la cantidad de familias que habitan las ciudadelas de vía la costa. Esto ayudará a identificar de forma concreta las necesidades del sector en la ciudad de Guayaquil. La fórmula a utilizar es la siguiente:

Tabla 2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

FÓRMULA

$$n = \frac{Z^2 P Q + N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

PARÁMETROS

n =	tamaño de la muestra
Z =	nivel de confiabilidad
P =	probabilidad de ocurrencia 95%
0.95 / 2 =	0.95 / 2 = 0.475
Q =	probabilidad de no ocurrencia
1 - 0.50 =	0.50
N =	población (9500 habitantes)
e =	error muestreo 0.05

Elaborado por Carla Romero y Humberto Henríquez.

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 9500}{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 + 9500 \times (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.50 \times 0.50 \times 9500}{3.8416 \times 0.50 \times 0.50 + 9500 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{9123.80}{24.7104}$$

n = 369.23 es decir un aproximado de 370 encuestas.

El tamaño de la muestra determina que se realizarán 370 encuestas a las familias de vía la costa en la ciudad de Guayaquil.

Diseño de la encuesta

ENCUESTA SOBRE ADIESTRAMIENTO CANINO

1.- ¿A USTED LE GUSTAN LOS PERROS?

SI

NO

2.- EN CASO DE QUE LO TENGA, ¿PRESENTA PROBLEMAS CONDUCTUALES?

SI

NO

3.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A TRATARLO CON PROFESIONALES ESPECIALIZADOS EN ETOLOGÍA (ADIESTRAMIENTO) CANINA?

SI

NO

4.- ¿DESEARÍA QUE ADEMÁS DEL ENTRENAMIENTO CONDUCTUAL SU PERRO DESARROLLE OTRO TIPO HABILIDADES?

SI

NO

5.- ¿LE GUSTARÍA CONTAR CON EL SERVICIO DE TRANSPORTE CANINO PARA EL TRASLADO DE SU MASCOTA?

SI

NO

ENCUESTA SOBRE REPRODUCCIÓN CANINA

1.- ¿ESTÁ DE ACUERDO CON LA REPRODUCCIÓN CANINA?

SI

NO

2.- ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LA REPRODUCCIÓN CANINA MEDIANTE INSEMINACIÓN ARTIFICIAL?

SI

NO

3.- ¿CONSIDERARÍA EMPLEAR LA INSEMINACIÓN ARTIFICIAL EN SU PERRA PARA CONSERVAR SU LINAJE?

SI

NO

4.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE REPRODUCCION CANINA MEDIANTE INSEMINACIÓN ARTIFICIAL?

SI

NO

Análisis de los resultados.

Resultados de la encuesta sobre adiestramiento canino a los habitantes vía la costa.

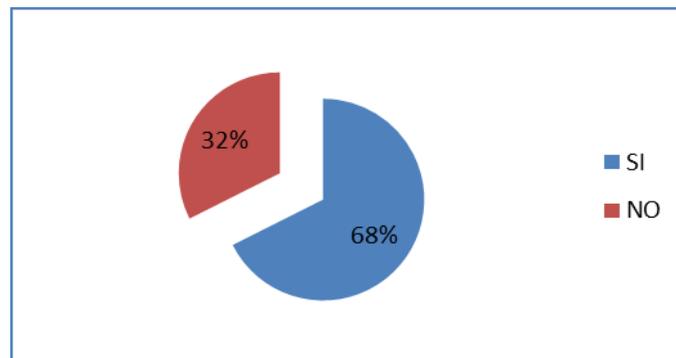
1.- ¿A USTED LE GUSTAN LOS PERROS?

Tabla 3. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 1

SI	285
NO	85

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 38: ADIESTRAMIENTO : PREGUNTA 1



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

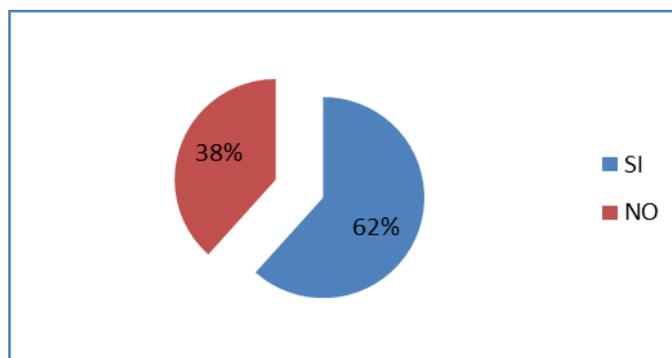
2.- EN CASO DE QUE LO TENGA, ¿PRESENTA PROBLEMAS CONDUCTUALES?

Tabla 4. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 2

SI	228
NO	142

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 39: ADIESTRAMIENTO : PREGUNTA 2



Elaborado por: Carla Romero y Andres Henriquez

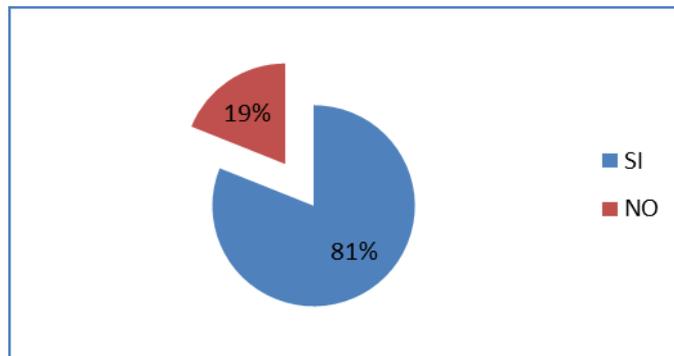
3.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A TRATARLO CON PROFESIONALES ESPECIALIZADOS EN ETOLOGÍA (ADIESTRAMIENTO) CANINA?

Tabla 5. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 3

SI	300
NO	70

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 40: ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 3



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

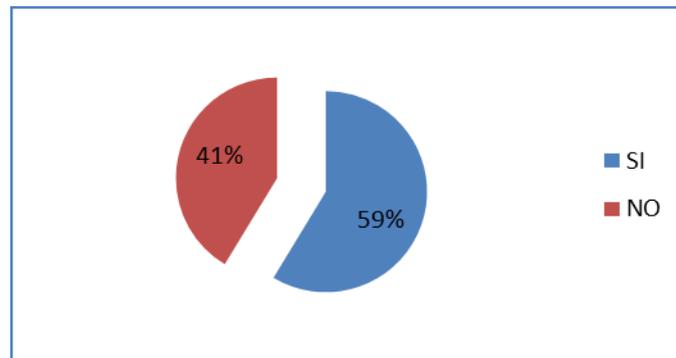
4.- ¿DESEARÍA QUE ADEMÁS DEL ENTRENAMIENTO CONDUCTUAL SU PERRO DESARROLLE OTRO TIPO HABILIDADES?

Tabla 6. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 4

SI	217
NO	153

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 41: ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 4



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

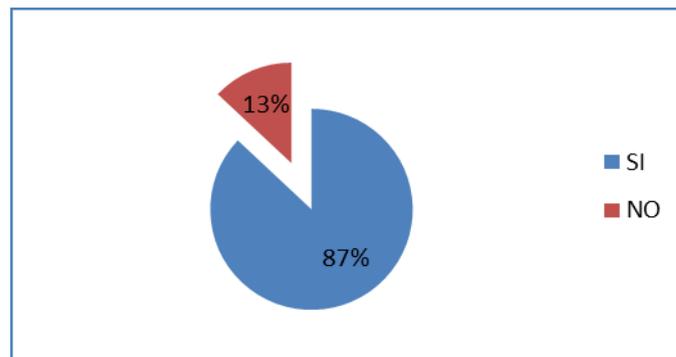
5.- ¿LE GUSTARÍA CONTAR CON EL SERVICIO DE TRANSPORTE CANINO PARA EL TRASLADO DE SU MASCOTA?

Tabla 7. ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 5

SI	322
NO	48

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 42: ADIESTRAMIENTO: PREGUNTA 5



Elaborado por: Carla Romero y Andres Henriquez

Análisis e interpretación de los resultados de adiestramiento canino:

Según el resultado de los datos adquiridos en la encuesta realizada sobre adiestramiento canino a los habitantes de vía la costa expresan que la mayoría tienen perros y la gran parte con problemas conductuales básicos, los cuales no han sido tratados por profesionales en la materia. Comentaron también sobre los costos que son relativamente altos para el tiempo de duración del entrenamiento que proporcionan los entrenadores particulares, muchos de ellos empíricos. Por otra parte tienen problemas de movilización de su mascota, ya sea por falta de tiempo o por falta de medios de transportación. En este aspecto los resultados de la encuesta concluyen una notable aceptación por el servicio de adiestramiento y transporte canino ya que el 90% de los encuestados manifestaron que estarían de acuerdo a acceder a estos servicios siempre y cuando sean realizados por profesionales y también que proporcionen la facilidad de movilización.

Con respecto a este análisis se determinó que la demanda eventual que se daría por el servicio de adiestramiento sería entre 4 y 5 canes diarios

Resultado de encuestas sobre reproducción canina

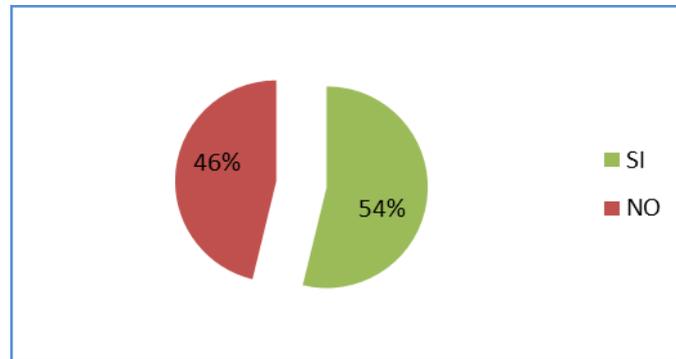
1.- ¿ESTA DE ACUERDO CON LA REPRODUCCION CANINA?

Tabla 8. REPRODUCCION: PREGUNTA 1

SI	199
NO	171

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 43: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 1



Elaborado por: Carla Romero y Andres Henriquez

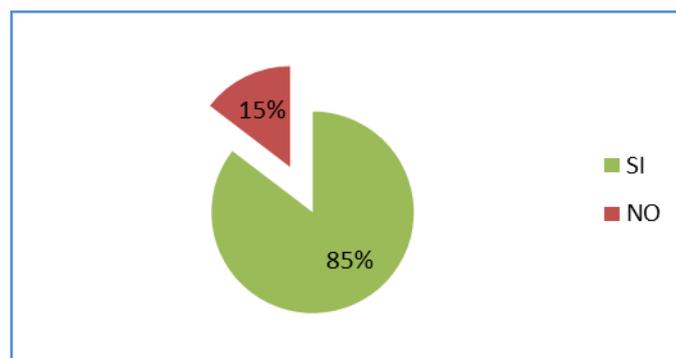
2.- ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LA REPRODUCCION CANINA MEDIANTE INSEMINACION ARTIFICIAL?

Tabla 9. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 2

SI	316
NO	54

Elaborado por: Carla Romero y Humbero Henriquez

Ilustración 44: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 2



Elaborado por: Carla Romero y Andres Henriquez

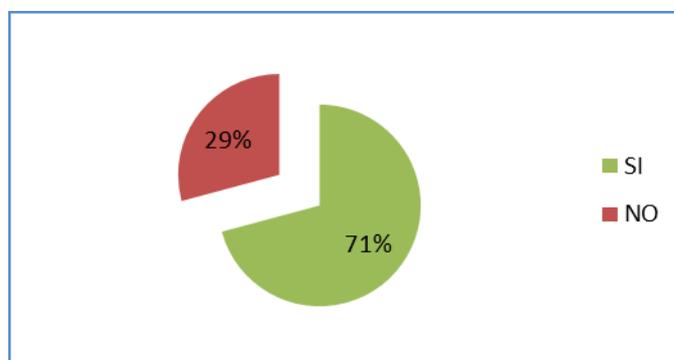
3.- ¿CONSIDERARIA EMPLEAR LA INSEMINACIÓN ARTIFICIAL EN SU PERRA PARA CONSERVAR SU LINAJE?

Tabla 10. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 3

SI	262
NO	108

Elaborado por: Carla Romero y Andres Henriquez

Ilustración 45: REPRODUCCIÓN: PREUNTA 3



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

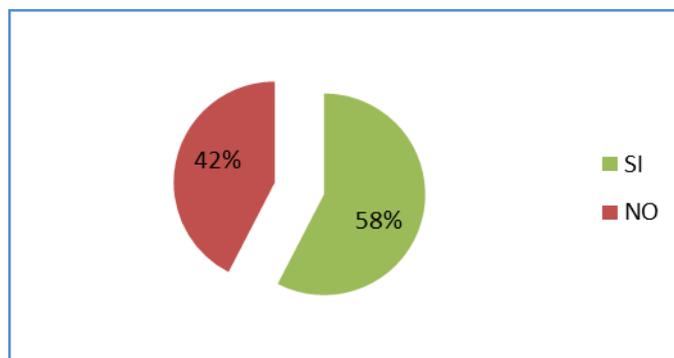
4.- ¿ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE REPRODUCCION CANINA MEDIANTE INSEMINACIÓN ARTIFICIAL?

Tabla 11. REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 4

SI	213
NO	157

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Ilustración 46: REPRODUCCIÓN: PREGUNTA 4



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

Análisis e interpretación de los resultados de reproducción canina.

Según el resultado de los datos adquiridos en la encuesta realizada sobre la reproducción canina, se explicó el método a realizar que es inseminación artificial mediante pajuelas, los cuidados que se someterán las hembras y en qué casos se deberá realizar este procedimiento, mostraron aceptación a la idea ya que muchos de ellos indicaban que existen ciertos lugares que dan el servicio de reproducción natural pero de manera clandestina sin las atenciones necesarias en el estado de preñez y luego del parto. Se puede establecer que el 80% de los encuestados estarían dispuestos a recibir este servicio, es por esto que se ve la necesidad de un centro de reproducción especializado en inseminación artificial con los equipos necesarios y con profesionales capacitados en este ámbito ya que la ciudad de Guayaquil no cuenta con uno.

Con respecto a este análisis se determinó que la demanda eventual que se daría por el servicio de adiestramiento sería entre 2 a 3 hembras diarias.

3.6 Fidelización de cliente

La fidelización es una constancia del cliente en su relación comercial con la empresa en el transcurso del tiempo. El cliente se remite a adquirir los productos y servicios mediante una relación de confianza generada por la satisfacción de sus necesidades como objetivo principal por parte de la empresa, lo que conlleva que a menudo el cliente sea un difusor de las bondades de los productos debido a la fidelidad y la confianza para recomendar en su entorno a la compañía.

La lealtad de un cliente incluye todas las acciones llevadas a cabo por una empresa para garantizar que los clientes sigan siendo leales a él, continuar consumiendo sus productos o servicios. Hoy, como la personalización de criterios, la afinidad, la consideración y la amabilidad son esenciales en el proceso de compra y los consumidores van a través de todos los medios de comunicación.

El objetivo del centro de adiestramiento y reproducción canina es crear una relación duradera con cada cliente. Hoy en día, se debe tener en cuenta que cuesta mucho menos retener un cliente que ganar otros nuevos. Llevar a cabo esta campaña de fidelización de clientes, es una historia de ganar-ganar (win-win). Ellos hacen crecer, si se les da algo a cambio.

Para poder lograr que un cliente sea fiel con nuestro centro, se darán servicios adicionales tales como, la apertura de fichas médicas para llevar un control detallado de la salud del can los cuales incluirán su peso, medida, raza, edad, vacunas que se le ha suministrado y cada cierto tiempo se le realizarán exámenes de sangre de rutina para saber cómo se encuentra el can. Esto tiene la finalidad de que el cliente nos deposite su completa confianza y tranquilidad al momento de dejar a su mascota en el centro y

también generará que los clientes prefieran nuestros servicios antes de pensar en otra opción.

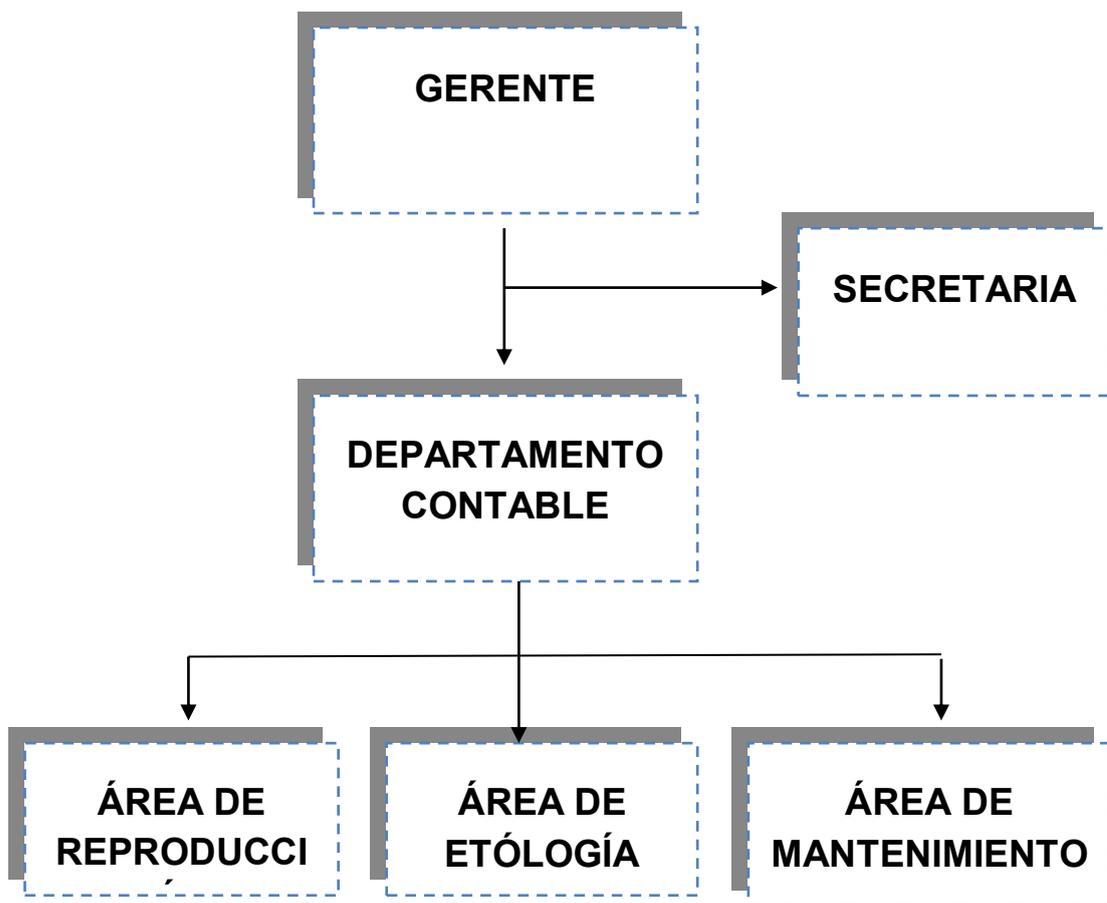
Lo que nos diferenciará en el adiestramiento del can será que cada etólogo tendrá la capacidad para poder afrontar cada caso que se presente desde niveles conductuales muy violentos hasta los más manejables, se manejará por grupo de máximo 5 canes de similar conducta para un mejor desempeño del entrenamiento. Otro servicio adicional que tendrá el centro de adiestramiento y reproducción canina será el expreso para los canes ya que la mayoría de los clientes trabajan y se les complica el traslado. El servicio implica llevar al can hasta el centro y luego regresarlo a su hogar ya que entendemos que tienen otras ocupaciones y no queremos que el desarrollo conductual del can se torne una complicación sino más bien que este adiestramiento sea una ayuda para sus dueños el cual dará la facilidad y comodidad a los mismos.

La reproducción canina será el tema más fundamental para crear una exclusividad y fidelización de los clientes para que ellos entiendan y sientan que en el Centro de Adiestramiento y reproducción canina tienen el servicio completo para que su can tenga una vida plena, ya que en el campo de la reproducción se conservará el árbol genealógico del can y tendrá un linaje de primera clase con la reproducción mediante la inseminación artificial donde se certifica que los cachorros que nacerán serán de raza pura y con ello lo que se busca es tener una cultura donde poco a poco vayan desapareciendo la reproducción de canes entre razas diferentes.

Para finalizar una de las formas a aplicar para captar la fidelización de clientes y obtener resultados rápidamente, son las redes sociales que se convertirán en las herramientas favoritas del centro de adiestramiento y reproducción canina. Al crear una página en Facebook, Twitter, se estará muy cerca de los clientes que conllevarán al cumplimiento de objetivos trazados.

3.7 Estructura organizacional de la empresa.

Ilustración 47: ORGANIGRAMA



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

3.7.1 Recursos Humanos.

No es un sector económico sino una función transversal que necesitan todas las empresas. Administrar las relaciones sociales, mejorar las carreras, reclutar buenos perfiles son factores determinantes para el éxito de una empresa, y que requiere fuertes habilidades profesionales y humanas.

Descripción del perfil del recurso humano:

Médico Veterinario:

El veterinario trata las enfermedades, anomalías, infecciones, trastornos de conducta y otros problemas de salud en los animales. Lleva a cabo un diagnóstico (por administración de los exámenes, pruebas y análisis necesarios) y desarrollar un plan de tratamiento. También puede ser llamado a realizar procedimientos quirúrgicos menores. Sus funciones varían según el tipo de cliente que cuida y el tipo de ambiente en el que se realiza.

Requisitos:

- ❖ Profesional en Medicina Veterinaria.
- ❖ Conocimientos en reproducción e inseminación canina.
- ❖ Capacidad de análisis y síntesis que permita de forma eficaz los problemas de reproductivos del perro.
- ❖ Excelente destrezas manuales, para manejar adecuadamente los instrumentos y los animales; de igual manera para procedimientos quirúrgicos delicados
- ❖ La curiosidad científica con el fin de buscar la causa de un problema, enfermedad, anormalidad.

Asistente de Veterinario:

Colaborador directo del veterinario, ayuda en la atención veterinaria y exploraciones complementarias, prepara las salas de consulta y ayuda a los profesionales durante los exámenes y tratamientos realizados a los canes. Implementa normas de higiene y previene la contaminación. Conocer los animales, las técnicas y los instrumentos quirúrgicos etc.

Requisitos:

- ❖ Profesional o egresado en Medicina Veterinaria.
- ❖ Conocimiento en Inseminación Artificial y Reproducción Canina
- ❖ Conocimiento en equipos, máquinas y materiales del área.
- ❖ Debe ser versátil, organizado y tener fuerza mental y física.
- ❖ Excelentes habilidades manuales para el desarrollo de actividades encomendadas.
- ❖ Disposición para solucionar problemas vinculados con la salud y la reproducción animal.

Médico veterinario especializado en etología:

Es responsable de la recuperación de todos los diferentes motivos que también pueden ser designados como estímulos que explican un comportamiento particular. Comprende el diagnóstico, la prevención y el tratamiento de los problemas de comportamiento canino.

Requisitos:

- ❖ Profesional en Medicina Veterinaria con especialización en Etología.
- ❖ Debe ser paciente, riguroso y metódico.
- ❖ Capacidad de análisis y de síntesis que permita determinar y solucionar los problemas de comportamiento canino.
- ❖ Determinar qué tipo de entrenamiento es necesario para el can.

Adiestrador canino:

Su función principal es educar, capacitar, disciplinar y preparar al perro a una tarea específica en un área en particular. Debe proporcionar a los propietarios de perros instrucciones precisas sobre “saber – hacer” a fin de que tenga un comportamiento específico obediencia. Transmitir al dueño los buenos hábitos para configurar el entorno del hogar.

Requisitos:

- ❖ Profesional en Adiestramiento canino.
- ❖ Conocimiento sobre la psicología del animal para entender perfectamente las señales y mensajes que él can envía.
- ❖ Debe tener tranquilidad, concentración, paciencia y ser estricto para la formación.

Personal de mantenimiento

Asistente de limpieza:

Controlar y supervisar la limpieza de las áreas del centro. Mantenimiento, limpieza y almacenamiento de materiales. Eliminación de residuos de diversos tipos. Limpieza y mantenimiento de las instalaciones y herramientas específicas de cada servicio. Usar de forma correcta los instrumentos, herramientas y equipos para la limpieza. Cumplir con los parámetros de limpieza de acuerdo a procedimientos etc.

Requisitos:

- ❖ Bachiller
- ❖ Dominar y emplear materiales para limpieza y herramientas para mantenimiento de instalaciones
- ❖ Amabilidad y disposición.
- ❖ Disposición para trabajar en equipo.
- ❖ Disposición para impulsar la limpieza, organización y orden.
- ❖ Mejorar e inspeccionar los recursos materiales asignados.

Contador:

Preparación de los estados financieros y declaraciones de impuestos, prestación de asesoramiento sobre diversos aspectos del centro. Asistir en el desarrollo e instalación de sistemas de contabilidad eficaces etc.

Requisitos:

- ❖ Profesional en Ingeniera en Contaduría Pública Autorizada
- ❖ Conocimiento en la contabilidad corporativa financiera y fiscal.
- ❖ Capacidad de análisis con una trayectoria de racionalizar los procesos del centro para reducir costos.
- ❖ Sólida comprensión de la contabilidad de nómina incluidos los requisitos de impuestos de nómina federales y estatales.

Gerente:

Gestión de la planificación, gestión de recursos humanos, gestión de proyectos, marketing y relaciones públicas, gestión financiera, control de calidad de producción, gestión administrativa etc.

Requiere:

- ❖ Profesional en Administración de Empresas.
- ❖ Demostrar habilidad para manejar y supervisar al grupo de trabajo.
- ❖ Habilidades efectivas de resolución y mediación de problemas.
- ❖ Capacidad para hacer frente a los conflictos, estrés y situaciones de crisis.

Secretaria

Contestar las llamadas internas y externas de la empresa. Recibir, escribir y enviar correo y correos electrónicos. Recepción de clientes. Asegurarse de tomar notas en reuniones y escribir informes. Clasificación y recuento de documentos. Gestión de agendas, la planificación, la organización de reuniones, conferencias, viajes, eventos, ferias, etc.

Requisitos:

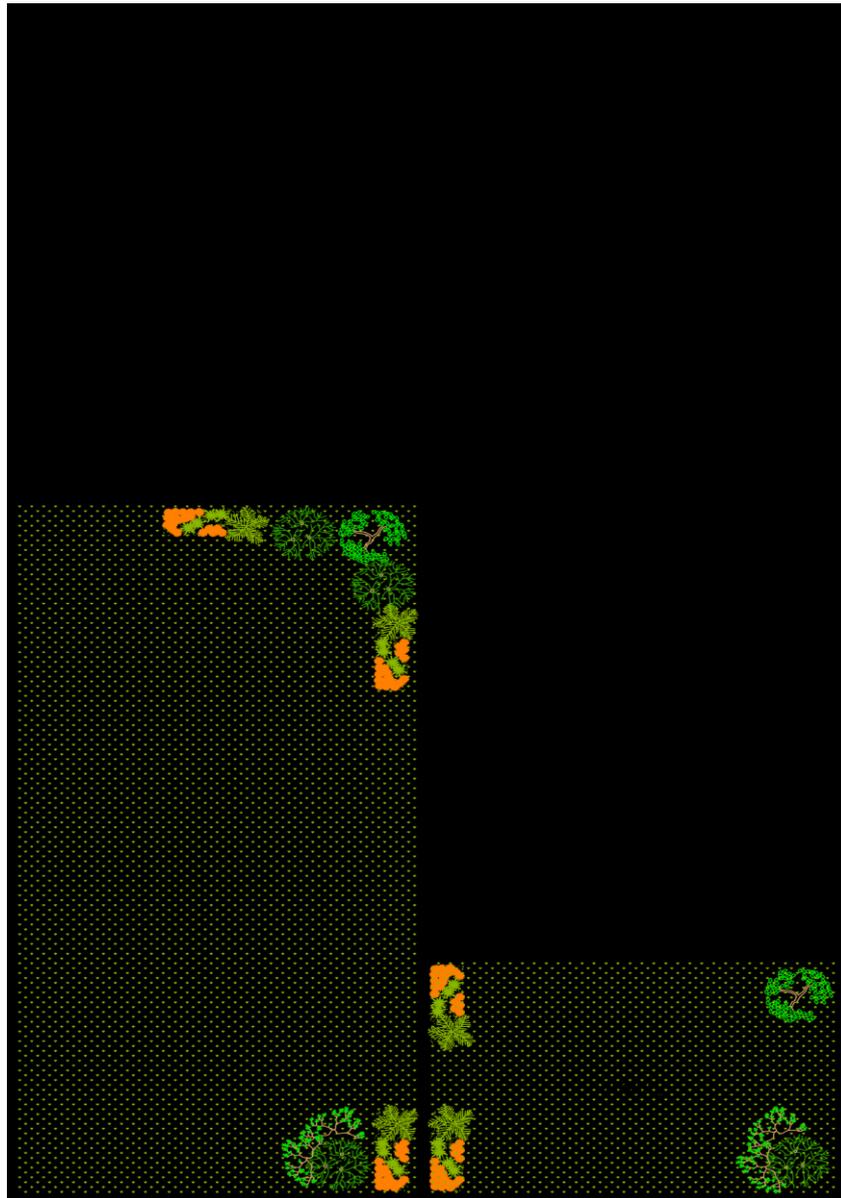
- ❖ Profesional en secretariado ejecutivo
- ❖ Debe contar con autonomía, flexibilidad, discreción, sentido de la organización y sentido de responsabilidad
- ❖ Ofrecer ayuda a todos los departamentos
- ❖ Destrezas para la motivación, liderazgo, planeamiento y toma de decisiones.
- ❖ Aptitud para trabajar bajo presión y en equipo.

3.7.2 Infraestructura Física.

Se cuenta con una sala de espera amplia para que nuestros visitantes puedan estar cómodos, la cual contará con baños tanto para caballeros como para damas, también se tendrá un counter que será el lugar de recepción para todos los clientes, en esta recepción se dará todo tipo de información sobre los servicios que da el centro; se responderá cualquier tipo de inquietud; ahí también podrán inscribir a sus canes ya sea para el adiestramiento o la reproducción. Tendrá una puerta de ingreso a un pasillo donde se dividen las distintas áreas, en la primera puerta a mano derecha se encuentra el área de reproducción la misma que se divide en Maternidad y Cryogénesis, en la parte de la Maternidad es donde parirán las hembras ya sean por vía normal, se tendrá una incubadora para el caso en el que los cachorros necesiten de un tiempo mayor de calor para poder adaptarse al ambiente externo. El consultorio de reproducción contará con: equipo de esterilización, dos mesas especiales, botiquines, tanque de oxígeno. En el cuarto de Cryogénesis se dispondrá con cilindros de nitrógeno para congelamiento de los espermatozoides. Frente a la puerta del área de reproducción estará el consultorio veterinario general donde tendrá dos mesas especiales para canes, equipos de primeros auxilios y escritorio. Diagonal al consultorio general existe un área donde están acondicionados los casilleros, vestidores y baños para el personal de la empresa. Dentro de la infraestructura física se ha planificado incluir oficinas de gerencia y departamento contable con sus correspondientes mobiliario. Frente a la oficina de la Gerencia General está

la entrada al área de adiestramiento provista de 8 caniles que son los lugares donde los canes permanecerán durante sus horarios de estadía en el centro además; estarán todos los implementos apropiados para las sesiones de adiestramiento. Dentro de la misma área de adiestramiento hay una división que separa la sección de Agility para el desarrollo de las habilidades físicas y mentales del can, y por ultimo saliendo del área de Adiestramiento se tiene la bodega de materiales y recursos.

Ilustración 48: INSTALACIONES



Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henriquez

3.8 Ubicación.

El centro de adiestramiento y reproducción canina estará situado en el km 24.3 Vía a la costa a 300mts del peaje. Contará con un terreno de 800 mts² suficientes para el desarrollo de ambos servicios y cumpliendo con las regulaciones y ordenanzas municipales.

Ilustración 49: UBICACIÓN



Fuente: google maps

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

CAPÍTULO 4

4.1 Estudio de Factibilidad Económica.

4.1.1 Inversión.

El valor de la inversión, en términos generales, se determinó con base a los costos de: terreno, construcción, adecuación del centro, equipamiento, capital de trabajo, muebles de oficina, etc., sumando \$180.487,00 los cuales en su totalidad serán financiados a través de un crédito solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN). A continuación el detalle de cada rubro de costos:

**Tabla 12. CONSTRUCCIÓN Y VEHÍCULO
TERRENO Y CONSTRUCCION**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno m2	800	\$ 15	\$ 12.000
Construcción m2	400	\$ 300	\$ 120.000
TOTAL			\$ 132.000

VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	\$ 16.499,00	\$ 16.499,00
TOTAL			\$ 16.499,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 13. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRACION	Equipo de computación	2	\$ 683,40	\$ 1.366,80
	Impresoras	2	\$ 120,00	\$ 240,00
SALA DE ESPERA	Equipo de computación	1	\$ 683,40	\$ 683,40
	Impresoras	1	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL				\$ 2.410,20

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
REPRODUCCIÓN Y MATERNIDAD	Mesa de consultorio	2	\$ 470,00	\$ 940,00
CONSULTORIO	Mesa de consultorio	1	\$ 470,00	\$ 470,00
ADMINISTRACION	Escritorio	2	\$ 370,00	\$ 740,00
	Sillas de Oficina	4	\$ 100,00	\$ 400,00
	Materiales de Oficina	1	\$ 70,00	\$ 70,00
SALA DE ESPERA	Counter	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Materiales de Oficina	1	\$ 35,00	\$ 35,00
	Sillas de Oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Sillas de espera (3 asientos en cada uno)	2	\$ 220,00	\$ 440,00
	Aire acondicionado central	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL				\$ 15.795,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 14. ADECUACIÓN Y EQUIPAMIENTO DEL CENTRO

ADECUACION DEL CENTRO

ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
REPRODUCCIÓN Y MATERNIDAD	Microscopio	1	\$ 249,98	\$ 249,98	
	Vaginoscopio	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Centrífuga	1	\$ 161,00	\$ 161,00	
	Refrigeradora pequeña	1	\$ 285,00	\$ 285,00	
	Kit vagina artificial (vagina, lubricante, 4 tubos cono)	2	\$ 152,91	\$ 305,82	
	Estetoscopio	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
	Recolector de Semen	10	\$ 10,00	\$ 100,00	
	Pajuelas	200	\$ 0,01	\$ 2,00	
	Inyectores para pajuelas	200	\$ 3,00	\$ 600,00	
	Cortador de pajuelas	2	\$ 1,00	\$ 2,00	
	Guantes	3	\$ 8,00	\$ 24,00	
	Diluyentes para semen	5	\$ 10,00	\$ 50,00	
	CRYOGENESIS	Cilindros de nitrógeno (10 lts)	2	\$ 340,00	\$ 680,00
	CONSULTORIO	Estetoscopio	1	\$ 95,00	\$ 95,00
ADISTRAMIENTO	Guantes	2	\$ 8,00	\$ 16,00	
	Clicker	2	\$ 3,00	\$ 6,00	
	Kennel	2	\$ 62,00	\$ 124,00	
	Palo o diana	2	\$ 20,00	\$ 40,00	
	Pito o silbato	2	\$ 0,50	\$ 1,00	
	Ahogador	10	\$ 10,00	\$ 100,00	
	Correa	10	\$ 25,00	\$ 250,00	
	Treats	10	\$ 6,50	\$ 65,00	
	Juguetes	8	\$ 1,48	\$ 11,84	
	Cama de perros	4	\$ 12,00	\$ 48,00	
	Arnés	10	\$ 5,99	\$ 59,90	
	AGILITY	La pasarela	1	\$ 295,00	\$ 295,00
		Empalizada	1	\$ 895,00	\$ 895,00
	Túnel Rígido	1	\$ 149,00	\$ 149,00	
	Túnel Flexible	1	\$ 26,00	\$ 26,00	
	Neumático	1	\$ 157,95	\$ 157,95	
	Mesa	1	\$ 65,00	\$ 65,00	
	Slalom	1	\$ 69,99	\$ 69,99	
	Vallas	1	\$ 67,95	\$ 67,95	
	Balancín	1	\$ 235,00	\$ 235,00	
	La ría	1	\$ 847,00	\$ 847,00	
TRANSPORTE	Kennel para vehículo	3	\$ 199,97	\$ 599,91	
BAÑO (CLIENTES)	Productos de aseo personal (papel higienico, jabón, papel toalla, toallas)	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
	Inodoro	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
	Lavamanos	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	Dispensadores	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
BAÑO (PERSONAL)	Inodoro	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
	Lavamanos	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	Duchas	2	\$ 75,00	\$ 150,00	
	Casilleros (8 puertas)	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
	Dispensadores	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
BODEGA	Anaqueles de vidrio y vinil	2	\$ 150,00	\$ 300,00	
LIMPIEZA	Útiles de limpieza	1	\$ 123,46	\$ 123,46	
TOTAL				\$ 8.782,80	

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

El costo de capital implica el valor con el cual se va a operar al inicio del negocio son el pago de los servicios básicos, suministros de oficina, etc.

Tabla 15. INVERSIÓN

DETALLE	VALOR TOTAL
Capital de trabajo	\$ 5.000
Construccion	\$ 120.000
Terreno	\$ 12.000
Adecuacion del centro	\$ 8.782,80
Muebles y Equipos de oficina	\$ 18.205,20
Vehiculo	\$ 16.499,00
TOTAL	\$ 180.487,00

Elaborado por Carla Romero y Humberto Henríquez

4.2 Gastos.

4.2.1 Gastos Administrativos.

Los gastos administrativos se determinaron en base a la función, cargo y profesión de cada empleado. A continuación se presentan los sueldos y salarios de cada trabajador según el organigrama de la compañía:

Tabla 16. GASTOS ADMINISTRATIVOS

CANTIDAD	CARGO	SUELDO / MENSUAL	SUELDO / ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES	GASTO ANUAL
1	Gerente	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 6.290,40	\$ 24.290,40
1	Contador	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 3.520,08	\$ 13.120,08
1	Secretaria	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 1.937,04	\$ 6.737,04
1	Médico Veterinario	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 2.728,56	\$ 9.928,56
1	Asistete de limpieza	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 1.754,99	\$ 6.002,99
1	Médico Veterinario con Especialización en Etología	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 3.520,08	\$ 13.120,08
1	Adiestrador canino	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 1.937,04	\$ 6.737,04
1	Asistente de limpieza	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 1.754,99	\$ 6.002,99
TOTAL		\$ 5.208,00	\$ 62.496,00	\$ 23.443,18	\$ 85.939,18

Elaborado por Carla Romero y Humberto Henríquez

4.2.2 Gastos generales

Los gastos generales dieron un total de \$15.540,00 anual. Los valores se los establecieron en base al consumo proyectado del centro. A continuación el detalle de cada servicio:

Tabla 17. GASTOS GENERALES

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	\$ 130,00	\$ 1.560,00
Luz	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Teléfono	\$ 75,00	\$ 900,00
Internet	\$ 60,00	\$ 720,00
Publicidad	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Combustible	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL	\$ 1.295,00	\$ 15.540,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.3 Financiamiento de la Inversión.

El financiamiento de la inversión en su totalidad estará dado por un crédito solicitado a la CFN, con una tasa del 11% anual, por un periodo de 5 años, que considera 1 año de gracia y 49 pagos mensuales a partir de la culminación del tiempo de gracia. A continuación se podrá apreciar el desglose de la amortización del préstamo:

Tabla 18. INDICADORES DE AMORTIZACIÓN

DATOS	
Valor del préstamo	\$ 180.487,00
Plazo (Años)	5
Tiempo de gracia (Años)	1
Interés Efectivo	11%
Num. Pagos mensuales	49
Tasa efectiva mensual	0,87%
Pago mensual	\$ 4.999,64

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 19. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

PERIODO	CAPITAL INSOLUTO	PAGO	PAGO INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO DEUDOR
0	\$ 0,00				\$ 180.487,00
1	\$ 180.487,00	\$ 0,00	\$ 1.576,48	-\$ 1.576,48	\$ 182.063,48
2	\$ 182.063,48	\$ 0,00	\$ 1.590,25	-\$ 1.590,25	\$ 183.653,73
3	\$ 183.653,73	\$ 0,00	\$ 1.604,14	-\$ 1.604,14	\$ 185.257,87
4	\$ 185.257,87	\$ 0,00	\$ 1.618,15	-\$ 1.618,15	\$ 186.876,02
5	\$ 186.876,02	\$ 0,00	\$ 1.632,29	-\$ 1.632,29	\$ 188.508,31
6	\$ 188.508,31	\$ 0,00	\$ 1.646,54	-\$ 1.646,54	\$ 190.154,85
7	\$ 190.154,85	\$ 0,00	\$ 1.660,93	-\$ 1.660,93	\$ 191.815,78
8	\$ 191.815,78	\$ 0,00	\$ 1.675,43	-\$ 1.675,43	\$ 193.491,21
9	\$ 193.491,21	\$ 0,00	\$ 1.690,07	-\$ 1.690,07	\$ 195.181,28
10	\$ 195.181,28	\$ 0,00	\$ 1.704,83	-\$ 1.704,83	\$ 196.886,11
11	\$ 196.886,11	\$ 0,00	\$ 1.719,72	-\$ 1.719,72	\$ 198.605,83
12	\$ 198.605,83	\$ 4.999,64	\$ 1.734,74	\$ 3.264,90	\$ 195.340,93
13	\$ 195.340,93	\$ 4.999,64	\$ 1.706,22	\$ 3.293,42	\$ 192.047,51
14	\$ 192.047,51	\$ 4.999,64	\$ 1.677,46	\$ 3.322,19	\$ 188.725,32
15	\$ 188.725,32	\$ 4.999,64	\$ 1.648,44	\$ 3.351,21	\$ 185.374,11
16	\$ 185.374,11	\$ 4.999,64	\$ 1.619,17	\$ 3.380,48	\$ 181.993,64
17	\$ 181.993,64	\$ 4.999,64	\$ 1.589,64	\$ 3.410,00	\$ 178.583,63
18	\$ 178.583,63	\$ 4.999,64	\$ 1.559,86	\$ 3.439,79	\$ 175.143,85
19	\$ 175.143,85	\$ 4.999,64	\$ 1.529,81	\$ 3.469,83	\$ 171.674,01
20	\$ 171.674,01	\$ 4.999,64	\$ 1.499,50	\$ 3.500,14	\$ 168.173,87
21	\$ 168.173,87	\$ 4.999,64	\$ 1.468,93	\$ 3.530,71	\$ 164.643,16
22	\$ 164.643,16	\$ 4.999,64	\$ 1.438,09	\$ 3.561,55	\$ 161.081,60
23	\$ 161.081,60	\$ 4.999,64	\$ 1.406,98	\$ 3.592,66	\$ 157.488,94
24	\$ 157.488,94	\$ 4.999,64	\$ 1.375,60	\$ 3.624,04	\$ 153.864,90
25	\$ 153.864,90	\$ 4.999,64	\$ 1.343,95	\$ 3.655,70	\$ 150.209,20
26	\$ 150.209,20	\$ 4.999,64	\$ 1.312,02	\$ 3.687,63	\$ 146.521,58
27	\$ 146.521,58	\$ 4.999,64	\$ 1.279,81	\$ 3.719,84	\$ 142.801,74
28	\$ 142.801,74	\$ 4.999,64	\$ 1.247,32	\$ 3.752,33	\$ 139.049,41
29	\$ 139.049,41	\$ 4.999,64	\$ 1.214,54	\$ 3.785,10	\$ 135.264,31
30	\$ 135.264,31	\$ 4.999,64	\$ 1.181,48	\$ 3.818,17	\$ 131.446,14
31	\$ 131.446,14	\$ 4.999,64	\$ 1.148,13	\$ 3.851,52	\$ 127.594,62
32	\$ 127.594,62	\$ 4.999,64	\$ 1.114,49	\$ 3.885,16	\$ 123.709,47
33	\$ 123.709,47	\$ 4.999,64	\$ 1.080,55	\$ 3.919,09	\$ 119.790,38
34	\$ 119.790,38	\$ 4.999,64	\$ 1.046,32	\$ 3.953,32	\$ 115.837,05
35	\$ 115.837,05	\$ 4.999,64	\$ 1.011,79	\$ 3.987,85	\$ 111.849,20
36	\$ 111.849,20	\$ 4.999,64	\$ 976,96	\$ 4.022,69	\$ 107.826,51
37	\$ 107.826,51	\$ 4.999,64	\$ 941,82	\$ 4.057,82	\$ 103.768,69
38	\$ 103.768,69	\$ 4.999,64	\$ 906,38	\$ 4.093,27	\$ 99.675,42
39	\$ 99.675,42	\$ 4.999,64	\$ 870,62	\$ 4.129,02	\$ 95.546,40
40	\$ 95.546,40	\$ 4.999,64	\$ 834,56	\$ 4.165,09	\$ 91.381,32
41	\$ 91.381,32	\$ 4.999,64	\$ 798,18	\$ 4.201,47	\$ 87.179,85
42	\$ 87.179,85	\$ 4.999,64	\$ 761,48	\$ 4.238,16	\$ 82.941,69
43	\$ 82.941,69	\$ 4.999,64	\$ 724,46	\$ 4.275,18	\$ 78.666,51
44	\$ 78.666,51	\$ 4.999,64	\$ 687,12	\$ 4.312,52	\$ 74.353,98
45	\$ 74.353,98	\$ 4.999,64	\$ 649,45	\$ 4.350,19	\$ 70.003,79
46	\$ 70.003,79	\$ 4.999,64	\$ 611,45	\$ 4.388,19	\$ 65.615,60
47	\$ 65.615,60	\$ 4.999,64	\$ 573,13	\$ 4.426,52	\$ 61.189,08
48	\$ 61.189,08	\$ 4.999,64	\$ 534,46	\$ 4.465,18	\$ 56.723,90
49	\$ 56.723,90	\$ 4.999,64	\$ 495,46	\$ 4.504,18	\$ 52.219,72
50	\$ 52.219,72	\$ 4.999,64	\$ 456,12	\$ 4.543,53	\$ 47.676,19
51	\$ 47.676,19	\$ 4.999,64	\$ 416,43	\$ 4.583,21	\$ 43.092,98
52	\$ 43.092,98	\$ 4.999,64	\$ 376,40	\$ 4.623,24	\$ 38.469,73
53	\$ 38.469,73	\$ 4.999,64	\$ 336,02	\$ 4.663,63	\$ 33.806,11
54	\$ 33.806,11	\$ 4.999,64	\$ 295,28	\$ 4.704,36	\$ 29.101,75
55	\$ 29.101,75	\$ 4.999,64	\$ 254,19	\$ 4.745,45	\$ 24.356,29
56	\$ 24.356,29	\$ 4.999,64	\$ 212,74	\$ 4.786,90	\$ 19.569,39
57	\$ 19.569,39	\$ 4.999,64	\$ 170,93	\$ 4.828,71	\$ 14.740,68
58	\$ 14.740,68	\$ 4.999,64	\$ 128,75	\$ 4.870,89	\$ 9.869,79
59	\$ 9.869,79	\$ 4.999,64	\$ 86,21	\$ 4.913,44	\$ 4.956,35
60	\$ 4.956,35	\$ 4.999,64	\$ 43,29	\$ 4.956,35	\$ 0,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

A continuación la tabla de amortización con flujos anuales equivalente al proceso de amortización mensual.

Tabla 20. AMORTIZACIÓN CON FLUJOS ANUALES

PERIODO	CAPTITAL INSOLUTO	PAGO	PAGO INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO DEUDOR
0					\$ 180.487,00
1	\$ 180.487,00	\$ 48.834,42	\$ 19.853,57	\$ 28.980,85	\$ 151.506,15
2	\$ 151.506,15	\$ 48.834,42	\$ 16.665,68	\$ 32.168,75	\$ 119.337,40
3	\$ 119.337,40	\$ 48.834,42	\$ 13.127,11	\$ 35.707,31	\$ 83.630,09
4	\$ 83.630,09	\$ 48.834,42	\$ 9.199,31	\$ 39.635,11	\$ 43.994,98
5	\$ 43.994,98	\$ 48.834,42	\$ 4.839,45	\$ 43.994,98	\$ 0,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.4 Depreciación.

La depreciación implica el deterioro o disminución de valor de un activo fijo con el paso del tiempo. Los porcentajes de depreciación fueron tomados por el SRI. En la siguiente tabla se detallan los valores de cada activo del centro:

Tabla 21. DEPRECIACIÓN

DEPRECIACION								
ACTIVO FIJO	VALOR	AÑOS VIDA ÚTL	% DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Adecuacion del centro	\$ 8.782,80	10	10%	\$ 878,28	\$ 878,28	\$ 878,28	\$ 878,28	\$ 878,28
Muebles y equipos de oficina	\$ 15.795,00	10	10%	\$ 1.579,50	\$ 1.579,50	\$ 1.579,50	\$ 1.579,50	\$ 1.579,50
Equipos de computación	\$ 2.410,20	3	33%	\$ 795,37	\$ 795,37	\$ 795,37	\$ 0,00	\$ 0,00
Vehiculo	\$ 16.499,00	5	20%	\$ 3.299,80	\$ 3.299,80	\$ 3.299,80	\$ 3.299,80	\$ 3.299,80
Edificios	\$ 120.000,00	20	5%	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL	\$ 163.487,00			\$ 12.552,95	\$ 12.552,95	\$ 12.552,95	\$ 11.757,58	\$ 11.757,58
Depreciación Acumulada				\$ 12.552,95	\$ 25.105,89	\$ 37.658,84	\$ 47.030,32	\$ 58.787,90

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.5 Valor de los Servicios del Centro.

La determinación de los precios se efectuó en base a los resultados de la demanda obtenidos del estudio de mercado realizado y también considerando los valores que por estos servicios se manejan actualmente en el mercado.

También se estimaron los valores tomando en cuenta los niveles de complejidad de cada servicio. La siguiente tabla explica detalladamente el precio

Tabla 22. VALOR DE LOS SERVICIOS

DETALLE	SERVICIO	PRECIO
Sesion	Adiestramiento	\$ 35,00
Inseminacion	Reproduccion mediante inseminacion artificial	\$ 250,00
Sesion	Agility	\$ 45,00
Mobilizacion	Transporte	\$ 10,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.6 Inflación.

La inflación constante se calculó referente a los datos de inflación dados por el Banco Central del Ecuador correspondiente a los años 2012, 2013, 2014 aplicando la siguiente formula:

Tabla 23. INFLACIÓN

$$\begin{aligned}(1 + f)^3 &= (1,0416)(1,027)(1,0367) \\ f &= \sqrt[3]{(1,0416)(1,027)(1,0367)} - 1 \\ f &= 3,51\%\end{aligned}$$

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

El resultado es de 3,51% con esta tasa se ajustará los niveles de ingresos proyectados a 5 años y también servirá de ajuste para la TMAR del 10% asignada al proyecto.

4.7 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

El objetivo del proyecto es ganar el 10% con el poder adquisitivo que tiene la moneda en el periodo 0. La TMAR fue ajustada con la inflación y este dio un resultado de 13,86% y esta será utilizada en cada uno de los escenarios para el cálculo del VAN (valor actual neto). A continuación se presenta la fórmula para ajustar la TMAR con inflación.

Tabla 24. TMAR CON INFLACIÓN

TMAR	=	10%
TMAR CON INFLACIÓN	=	$0,10 + 0,0351 + (0,10)(0,0351)$
	=	$0,10 + 0,0351 + 0,00351$
	=	0,13861
	=	13,86%

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.8 Ingresos.

Las ventas fueron proyectadas a 5 años con un incremento de ganancia del 5% anual. Se realizaron 3 escenarios pesimista, medio y optimista. El escenario de referencia para determinar la viabilidad del proyecto será el pesimista.

4.8.1 Escenario Pesimista.

Este escenario se lo realizó en base a los datos adquiridos en el estudio de mercado que proporciono una demanda probable de 4 a 5 canes diarios en el caso de servicio del adiestramiento y agility y 2 canes en reproducción.

Para el escenario pesimista se ha considerado reducir estas cantidades a un 50% con lo cual se determina los siguientes resultados para el ingreso.

Tabla 25. ESCENARIO PESIMISTA

<u>INGRESOS ESCENARIO PESIMISTA</u>					
				Incremento anual	5%
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Adiestramiento	\$ 24.024,00	\$ 25.225,20	\$ 26.486,46	\$ 27.810,78	\$ 29.201,32
Reproducción mediante inseminación artificial	\$ 62.400,00	\$ 65.520,00	\$ 68.796,00	\$ 72.235,80	\$ 75.847,59
Agility	\$ 28.080,00	\$ 29.484,00	\$ 30.958,20	\$ 32.506,11	\$ 34.131,42
Transporte	\$ 6.864,00	\$ 7.207,20	\$ 7.567,56	\$ 15.135,17	\$ 15.891,93
TOTAL	\$ 121.368,00	\$ 127.436,40	\$ 133.808,22	\$ 147.687,86	\$ 155.072,26

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 26. FLUJO NETO DE EFECTIVO DE ESCENARIO PESIMISTA

FLUJO NETO DE EFECTIVO

ESCENARIO PESIMISTA

TMAR	13,86%
TASA DE IMPTO	22%
PUT	15%

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
Inversion						
Ingresos		122721,46	133380,43	144636,47	156518,35	169056,15
Gastos generales y administrativos		-105041,10	-108728,04	-112544,40	-116494,71	-120583,67
Depreciacion		-12552,95	-12552,95	-12552,95	-11757,58	-11757,58
Costos financieros		0,00	-18878,84	-14355,98	-9335,61	-3806,29
Utilidad antes de PUT		5127,41	-6779,40	5183,14	18930,45	32908,61
15% utilidad trabajadores		769,11	0,00	777,47	2839,57	4936,29
Utilidad antes de impuestos		4358,30	-6779,40	4405,67	16090,89	27972,32
Impuesto a la renta 22%		-958,83	0,00	-969,25	-3539,99	-6153,91
Utilidad despues de impuestos		5317,12	-6779,40	6152,39	22470,45	39062,52
Depreciacion		12552,95	12552,95	12552,95	11757,58	11757,58
Pago al principal		0,00	-41116,89	-45639,74	-50660,12	-61189,08
Valor residual						88906,17
Flujo neto de efectivo		17870,07	-35343,34	-26934,41	-16432,09	78537,19

VAN	1448,65
TIR	16%

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

De acuerdo al cálculo del valor actual neto ($VAN = \$1,448.65$) y de la tasa interna de retorno ($TIR = 16\%$) se comprueba la factibilidad financiera del proyecto en los términos de ganar una TMAR del 10% con el poder adquisitivo de la moneda en el periodo cero de análisis de la inversión.

Tabla 27. DEMANDA POR SERVICIOS DE ESCENARIOS PESIMISTA

SERVICIO DE ADIESTRAMIENTO	CANTIDAD
Estimacion perros por dia	2
Estimacion perros por semana	12
Estimacion perros por mes	52
Estimacion perros por año	624
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por sesion	\$ 35,00
Estimacion sesiones semanales	\$ 420,00
Estimacion sesiones mensuales	\$ 1.820,00
Estimacion sesiones anuales	\$ 21.840,00
SERVICIO DE REPRODUCCION	CANTIDAD
Estimacion inseminaciones por dia	0,80
Estimacion inseminaciones por semanales	4,8
Estimacion inseminaciones por mes	20,8
Estimacion inseminaciones por anuales	249,6
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por inseminacion artificial	\$ 250,00
Estimacion inseminaciones semanales	\$ 1.200,00
Estimacion inseminaciones mensuales	\$ 5.200,00
Estimacion inseminaciones anuales	\$ 62.400,00
SERVICIO DE AGILITY	CANTIDAD
Estimacion perros por dia	2
Estimacion perros por semana	12
Estimacion perros por mes	52
Estimacion perros por año	624
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por sesion	\$ 45,00
Estimacion sesiones semanales	\$ 540,00
Estimacion sesiones mensuales	\$ 2.340,00
Estimacion sesiones anuales	\$ 28.080,00
SERVICIO DE TRANSPORTE	CANTIDAD
Capacidad de perros	6
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por transporte	\$ 10,00
Estimacion transporte semanal	\$ 120,00
Estimacion transporte mensual	\$ 520,00
Estimacion transporte anual	\$ 6.240,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.8.2 Escenario Medio.

Para este escenario se realizó un incremento del 10% en la demanda de canes con respecto al escenario pesimista, se mantuvieron los precios y refleja en el flujo neto de efectivo un VAN \$59,174.55. A continuación se podrá apreciar el detalle del escenario.

Tabla 28. ESCENARIO MEDIO

<u>INGRESOS ESCENARIO MEDIO</u>					
				Incremento anual	5%
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Adiestramiento	\$ 26.426,40	\$ 27.747,72	\$ 29.135,11	\$ 30.591,86	\$ 32.121,45
Reproducción mediante inseminación artificial	\$ 68.640,00	\$ 72.072,00	\$ 75.675,60	\$ 79.459,38	\$ 83.432,35
Agility	\$ 30.888,00	\$ 32.432,40	\$ 34.054,02	\$ 35.756,72	\$ 37.544,56
Transporte	\$ 7.550,40	\$ 7.927,92	\$ 8.324,32	\$ 16.648,68	\$ 17.481,12
TOTAL	\$ 133.504,80	\$ 140.180,04	\$ 147.189,04	\$ 162.456,64	\$ 170.579,48

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 29. FLUJO NETO DE EFECTIVO DE ESCENARIO MEDIO

FLUJO NETO DE EFECTIVO

ESCENARIO MEDIO

TMAR	13,86%
TASA DE IMPTO	22%
PUT	15%

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
Inversion						
Ingresos		134993,60	146718,47	159100,11	172170,19	185961,77
Gastos generales y administrativos		-105041,10	-108728,04	-112544,40	-116494,71	-120583,67
Depreciacion		-12552,95	-12552,95	-12552,95	-11757,58	-11757,58
Costos financieros		0,00	-18878,84	-14355,98	-9335,61	-3806,29
Utilidad antes de PUT		17399,56	6558,64	19646,79	34582,29	49814,23
15% utilidad trabajadores		2609,93	983,80	2947,02	5187,34	7472,13
Utilidad antes de impuestos		14789,62	6558,64	19646,79	34582,29	49814,23
Impuesto a la renta 22%		-3253,72	-1442,90	-4322,29	-7608,10	-10959,13
Utilidad despues de impuestos		18043,34	8001,54	23969,08	42190,39	60773,36
Depreciacion		12552,95	12552,95	12552,95	11757,58	11757,58
Pago al principal		0,00	-41116,89	-45639,74	-50660,12	-61189,08
Valor residual						88906,17
Flujo neto de efectivo	0,00	30596,29	-20562,40	-9117,72	3287,86	100248,03

VAN	59174,55
------------	----------

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 30. DEMANDA POR SERVICIO DE ESCENARIO MEDIO

SERVICIO DE ADIESTRAMIENTO	CANTIDAD
Estimacion perros por dia	2,2
Estimacion perros por semana	13,2
Estimacion perros por mes	57,2
Estimacion perros por año	686,4
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por sesion	\$ 35,00
Estimacion sesiones semanales	\$ 462,00
Estimacion sesiones mensuales	\$ 2.002,00
Estimacion sesiones anuales	\$ 24.024,00
SERVICIO DE REPRODUCCION	CANTIDAD
Estimacion inseminaciones por dia	0,88
Estimacion inseminaciones por semanales	5,28
Estimacion inseminaciones por mes	22,88
Estimacion inseminaciones por anuales	274,56
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por inseminacion artificial	\$ 250,00
Estimacion inseminaciones semanales	\$ 1.320,00
Estimacion inseminaciones mensuales	\$ 5.720,00
Estimacion inseminaciones anuales	\$ 68.640,00
SERVICIO DE AGILITY	CANTIDAD
Estimacion perros por dia	2,2
Estimacion perros por semana	13,2
Estimacion perros por mes	57,2
Estimacion perros por año	686,4
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por sesion	\$ 45,00
Estimacion sesiones semanales	\$ 594,00
Estimacion sesiones mensuales	\$ 2.574,00
Estimacion sesiones anuales	\$ 30.888,00
SERVICIO DE TRANSPORTE	CANTIDAD
Capacidad de perros	6
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por transporte	\$ 10,00
Estimacion transporte semanal	\$ 132,00
Estimacion transporte mensual	\$ 572,00
Estimacion transporte anual	\$ 6.864,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

4.8.3 Escenario Optimista.

En el escenario optimista se aumentó un 15% en referencia al escenario pesimista. Los ingresos aumentaron considerablemente y es donde se tiene proyectado establecerse. El VAN es de \$96,405.83. Se presenta una tabla con el desglose del ingreso de cada año:

Tabla 31. ESCENARIO OPTIMISTA

<u>INGRESOS ESCENARIO OPTIMISTA</u>					
				Incremento anual	5%
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Adiestramiento	\$ 27.627,60	\$ 29.008,98	\$ 30.459,43	\$ 31.982,40	\$ 33.581,52
Reproducción mediante inseminación artificial	\$ 71.760,00	\$ 75.348,00	\$ 79.115,40	\$ 83.071,17	\$ 87.224,73
Agility	\$ 32.292,00	\$ 33.906,60	\$ 35.601,93	\$ 37.382,03	\$ 39.251,13
Transporte	\$ 7.893,60	\$ 8.288,28	\$ 8.702,69	\$ 17.405,44	\$ 18.275,71
TOTAL	\$ 139.573,20	\$ 146.551,86	\$ 153.879,45	\$ 169.841,03	\$ 178.333,09

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 32. FLUJO NETO DE EFECTIVO DE ESCENARIO OPTIMISTA

FLUJO NETO DE EFECTIVO

ESCENARIO OPTIMISTA

TMAR	13,86%
TASA DE IMPTO	22%
PUT	15%

DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
Inversion						
Ingresos		141129,67	153387,49	166331,94	179996,10	194414,57
Gastos generales y administrativos		-105041,10	-105041,10	-105041,10	-105041,10	-105041,10
Depreciacion		-12552,95	-12552,95	-12552,95	-11757,58	-11757,58
Costos financieros		0,00	-18878,84	-14355,98	-9335,61	-3806,29
Utilidad antes de PUT		23535,63	16914,60	34381,91	53861,81	73809,60
15% utilidad trabajadores		3530,34	2537,19	5157,29	8079,27	11071,44
Utilidad antes de impuestos		20005,28	14377,41	29224,62	45782,54	62738,16
Impuesto a la renta 22%		-4401,16	-3163,03	-6429,42	-10072,16	-13802,40
Utilidad despues de impuestos		24406,45	17540,45	35654,04	55854,70	76540,56
Depreciacion		12552,95	12552,95	12552,95	11757,58	11757,58
Pago al principal		0,00	-41116,89	-45639,74	-50660,12	-61189,08
Valor residual						88906,17
Flujo neto de efectivo	0,00	36959,39	-11023,50	2567,24	16952,16	116015,23

VAN	96405,83
------------	----------

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

Tabla 33. DEMANDA POR SERVICIOS DE ESCENARIO OPTIMISTA

SERVICIO DE ADIESTRAMIENTO	CANTIDAD
Estimacion perros por dia	2,3
Estimacion perros por semana	13,8
Estimacion perros por mes	59,8
Estimacion perros por año	717,6
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por sesion	\$ 35,00
Estimacion sesiones semanales	\$ 483,00
Estimacion sesiones mensuales	\$ 2.093,00
Estimacion sesiones anuales	\$ 25.116,00

SERVICIO DE REPRODUCCION	CANTIDAD
Estimacion inseminaciones por dia	0,92
Estimacion inseminaciones por semanales	5,52
Estimacion inseminaciones por mes	23,92
Estimacion inseminaciones por anuales	287,04
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por inseminacion artificial	\$ 250,00
Estimacion inseminaciones semanales	\$ 1.380,00
Estimacion inseminaciones mensuales	\$ 5.980,00
Estimacion inseminaciones anuales	\$ 71.760,00

SERVICIO DE AGILITY	CANTIDAD
Estimacion perros por dia	2,3
Estimacion perros por semana	13,8
Estimacion perros por mes	59,8
Estimacion perros por año	717,6
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por sesion	\$ 45,00
Estimacion sesiones semanales	\$ 621,00
Estimacion sesiones mensuales	\$ 2.691,00
Estimacion sesiones anuales	\$ 32.292,00

SERVICIO DE TRANSPORTE	CANTIDAD
Capacidad de perros	6
PRECIOS UNITARIOS	VALOR
Costo por transporte	\$ 10,00
Estimacion transporte semanal	\$ 138,00
Estimacion transporte mensual	\$ 598,00
Estimacion transporte anual	\$ 7.176,00

Elaborado por: Carla Romero y Humberto Henríquez

CONCLUSIONES.

- El mercado de los canes es una excelente alternativa para incursionar ya que no existe ningún centro de adiestramiento y reproducción canina con la tecnología e innovación en instalaciones, equipos y procedimientos que ofrece un centro con estas características para los clientes. Siempre mentalizado con proveer un servicio que procure un mejor estándar de vida para los canes, se concluye que en un medio como la ciudad de Guayaquil, que carece de centros de servicios especializados el crecimiento y desarrollo de estos podría estar garantizado.
- Con la reproducción canina se puede ingresar a un mercado cuyo objetivo es evitar el cruce de canes de diferentes razas, de tal manera, que no vaya a degenerar en la pérdida del linaje, característica ésta muy valorada por los dueños de mascotas. En la misma forma evitar las malformaciones genéticas que en muchos casos atentan contra la salud, comportamiento y los años de vida del can.
- En la medida de las posibilidades, por medio del centro, se podría colaborar con la responsabilidad social que tienen las unidades de rescate animal otorgando ayuda de primeros auxilios aquellos casos de emergencia que requieran los canes eventualmente accidentados, a través de la estabilización hasta derivarlo a una clínica veterinaria donde le puedan realizar los procedimientos pertinentes para curar sus afecciones.

- Los cálculos financieros para los distintos escenarios, muy particularmente del escenario pesimista determinan que el proyecto es económicamente viable ya que para llegar a tal escenario los valores de demanda determinados a partir del estudio de mercado, fueron disminuidos un 50%.
- Los escenarios medio y optimista también tienen muy altas probabilidad de factibilidad ya que se consideraron incrementos en la demanda del 10% y 15% respectivamente con respecto a la demanda determinada para el escenario pesimista

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda la creación y difusión de estos centros en aquellas ciudades que no lo posean con el fin de proveer el nivel profesional y la calidad para estos tipos de servicios. Resulta por demás evidente que los canes merecen una atención proporcionada por profesionales y no como ocurre actualmente sujeta al empirismo y a la improvisación.
- También con más centros de adiestramiento es posible generar fuentes de trabajo inclusive para aquellos entrenadores empíricos colaborando con su capacitación a un crecimiento profesional y así eliminar las costumbres actuales de improvisar principalmente los adiestramientos en calles, plazas, parques o sitios inadecuados para el desarrollo de estas actividades.
- Para garantizar el linaje o la raza del can un cuidado de la descendencia de canes de raza pura se recomienda asistir al centro de adiestramiento y reproducción canina para que le puedan recomendar el mejor método para poder alcanzar un embarazo y parto eficiente ya que los análisis se realizan con la mejor tecnología y se le da seguimiento paso a paso a tiempo de embarazo con la finalidad que el parto sea un éxito.
- El objetivo de este proyecto es promover y cultivar una cultura de conciencia a favor de los canes, a fin de evitar que proliferen los perros abandonados y por el contrario motivar la importancia que tienen las mascotas en el hogar, como por ejemplo: ayudar a las personas no videntes, se los puede usar en la policía nacional y también con el trabajo sobre la conducta canina se puede disminuir los casos de perros bravos que ataquen a las personas.

- Actualmente en nuestro país se está haciendo campaña mediante los medios de comunicación para incentivar la cultura de responsabilidad y de buen trato que tiene que darse a las mascotas en general en el cual se merecen un nivel de vida pleno como cualquier otro ser humano, y a la vez combatir aquellas conductas de represión y maltrato animal incluso de aquellos que los utilizan de manera negativa con fines de lucro personal como son las peleas clandestinas de los perros.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ compañías, I. d. (1999). *supercias*. Obtenido de <https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>
- ❖ Fernández, G. (Enero de 2012). *Inseminación artificial en perros*. Obtenido de <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/reproduccion-y-cria/embarazo/2012/01/30/206582.php>
- ❖ Horowitz, A. (2013). *En la mente de un perro*. RBA LIBROS.
- ❖ Kotler, Bloom, & Hayes. (2008). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- ❖ Merino, R. (2008). *Curso de Marketing*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-empresa/marketing-analisis-oferta>
- ❖ Prado. (2013). *drostproject*. Obtenido de http://drostproject.org/en_canrep/guide.html
- ❖ Redacción/facilísimo.com. (s.f.). *El agility*. Obtenido de http://perros.facilísimo.com/reportajes/salud-alimentacion/el-agility_185623.html
- ❖ Sande, J. (2010). *promoción*. Obtenido de <http://josesande.com/2010/02/04/tema-6-promocion-%C2%BFempujar-o-tirar/>
- ❖ Thompson, I. (2006). *Definición de Precio*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- ❖ Thompson, I. (2010). *¿Que es promocion?* Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- ❖ traversecity. (2010). *Marketing Everything*. Obtenido de <http://moomersgirl.blogspot.com/2010/02/procedimiento-de-fijacion-de-precios.html>

ANEXOS

Anexo 1

 <small>Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca</small>	 AGROCALIDAD <small>AGENCIA ECUATORIANA DE CALIDAD DEL AGRO</small>	<small>An. Amazonas y El Oro, Altamir Edificio MAGAP Piso 9 Teléfono: (099) 2 2967 232 WWW.AGROCALIDAD.GOV.EC direccion@agrocalidad.gov.ec</small>
--	---	--

ANEXO 2
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-AGROCALIDAD
SOLICITUD PARA obtener el Permiso Sanitario de funcionamiento a centros de:

Atención veterinaria Manejo de perros y gatos

Fecha: _____

Sr. Coordinador de AGROCALIDAD de la Provincia de: _____

Nombre del Propietario/Representante legal: _____
Nombre del Representante Técnico: _____

UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

PROVINCIA: CANTÓN: PARROQUIA:

COORDENADAS: X _____ Y _____

Solicito la Inspección del establecimiento destinado a funcionar como: Centro de atención veterinaria, centros de manejo de perros y gatos

En caso de renovación-Nº de permiso vigente: _____

Adicionalmente y en caso de Informe Positivo de la inspección realizada, me comprometo mediante documento notariado a cumplir con todas las obligaciones estipuladas en el instructivo para este fin.

Nota: Adjuntar croquis de ubicación.

Nombre y firma del Propietario/Representante legal
CI: _____

1715180822

26



Anexo 2



Av. Amazonas y Elvii Allen
Edificio MAGAP Piso 9
Teléfono: (011) 2 2547 232
WWW.AGROCALIDAD.GUB.ES
direccion@agrocalidad.gub.ec

ANEXO 3

Carta de responsabilidad del Médico Veterinario

DIRECTOR EJECUTIVO DE AGROCALIDAD

PRESENTE

YO, XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, con domicilio en la ciudad de GUAYAQUIL, por medio de la presente manifiesto mi conocimiento y compromiso de acatar las directrices de carácter Sanitario y Bienestar animal establecidas en el INSTRUCTIVO PARA LA EMISIÓN DEL PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO A LOS CENTROS QUE PRESTAN SERVICIOS VETERINARIOS ASÍ COMO CENTROS DE MANEJO DE PERROS Y GATOS al desarrollar manejabilidad como Médico Veterinario Responsable de las actividades a desarrollarse relacionadas a perros y gatos, además de, los procedimientos administrativos competencia establecidas por AGROCALIDAD.

Acepto que en caso de incumplir con lo estipulado en la Resolución _____, AGROCALIDAD, podrá revocar en cualquier momento el Permiso emitido para el funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios veterinarios o Centros de Manejo de Perros y Gatos, así como demás acciones la la normativa legal vigente las establezca.

NOMBRE Y FIRMA

CL-

1715180822

27 /

Anexo 3



Av. Eloy Alfaro 100-350 y Amazonas
Edificio MAGAP, Piso 9
Código Postal: 170519
Teléfono: (593) 2 2967-232
direccion@agrocalidad.gob.ec
www.agrocalidad.gob.ec

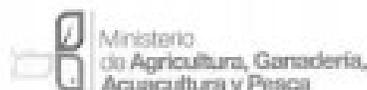
CAPITULO III

Requisitos Generales para obtener el Permiso Sanitario de funcionamiento a los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centros de manejo de perros y gatos ante Agrocalidad.

Artículo 5.- Los requisitos Generales para obtener el Permiso Sanitario de Funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centros de manejo de perros y gatos ante AGROCALIDAD son:

- a) Solicitud de Registro.- Utilizando el formato establecido. (ANEXO 2).
- b) Pago de la Tasa de inspección.
- c) Informe positivo de la inspección a los establecimientos que prestan servicios veterinarios así como centros de manejo de perros y gatos, donde se verificará que las instalaciones y procedimientos estén acordes a las directrices emitidas por AGROCALIDAD.
- d) Tratándose de Propietario Persona jurídica, copia del estatuto social vigente y copia del nombramiento de su representante legal.
- e) Copia de Cédula de identificación del propietario y administrador del establecimiento.
- f) Copia del título del Médico Veterinario debidamente registrado en el SENESCYT responsable del establecimiento, además, de los contratos respectivos.
- g) Carta de responsabilidad del Médico Veterinario notariado (ANEXO 3).
- h) Croquis de ubicación
- i) Plano del establecimiento, especificando el destino de cada una de sus dependencias.
- j) Procedimiento operativo estándar (POES) de eliminación de desechos médicos (productos biológicos contaminados con sangre, vacunas utilizadas, placas de frotis, objeto corto punzantes utilizados) y cadáveres.
- k) Autorización municipal.
- l) Permiso del cuerpo de bomberos
- m) RUC actualizado.
- n) En el caso de clínicas u hospitales veterinarios presentar el Certificado de habilitación emitido por la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica.





Av. Simón Bolívar 100-050 y 4ª etapa
Edificio IAG-CAF, Piso 4
Cajonuma Píscos 170114
Teléfono: (059) 2 297 332
direccion@agriculturalidad.gub.ec
www.agriculturalidad.gub.ec

CAPITULO IV

Centros que prestan Servicios de atención Médico Veterinaria

Artículo 6: Centros de servicio de atención médico veterinario

- a) **Medicina veterinaria a domicilio.** Corresponden a la actividad efectuada por Médicos Veterinarios registrados en el SENESCYT, que realizan visitas médicas y procedimientos a domicilio. Su actividad está orientada a la práctica de medicina preventiva, primeros auxilios, tratamientos terapéuticos que no involucren hospitalización. Contarán con instrumental básico de cirugía menor, equipo médico para primeros auxilios y equipo mínimo para examen físico. No podrán realizar procedimientos quirúrgicos especializados que involucren el uso de un quirófano y anestesia general; para esos casos deberán poseer un convenio escrito, establecido con una clínica u hospital veterinario como referencia.
- b) **Consultorios Veterinarios.** Son aquellos establecimientos que prestan servicios en clínica ambulatoria, (medicina preventiva y consulta externa) y cirugía menor, es decir aquellas intervenciones que no requieren del uso de quirófano ni anestesia general, sala de observación, ni sala de hospitalización.

El área del consultorio deberá tener como mínimo las siguientes dimensiones:

- a) Un área destinada para consulta no menor a 9 m²; sala de espera no menor a 4 m², y servicio higiénico para clientes.
 - b) El consultorio deberá estar equipado con instrumentos para realizar el examen físico y primeros auxilios, instrumental básico, autoclave y refrigerador. Incluirá, al menos, mesa de exploración con buena iluminación, ventilación y dotación de agua.
 - c) Procedimiento Operativo Estándar de atención clínica.
 - d) Deberá existir un área de eliminación de desechos comunes y hospitalarios, siguiendo las normas nacionales del Ministerio del Ambiente, salubridad e higiene. Cumplirán con las normas del Cuerpo de Bomberos para la prevención de incendios. El personal técnico estará compuesto por un Médico veterinario registrado en el SENESCYT y un auxiliar de servicios.
- c) **Clínicas Veterinarias.** Se denominarán aquellos establecimientos que prestan servicio de (medicina preventiva, consulta externa) clínica ambulatoria, cirugía general, de especialidad y hospitalización. El área destinada a los servicios deberá ser superior a la de los consultorios. Deberá contar con equipo de esterilización, instrumental y material quirúrgico, servicio de imágenes y laboratorio clínico elemental o su convenio, quirófano, área de recuperación y área de hospitalización, dividida para animales con enfermedades infecciosas y no infecciosas.



Anexo 5



Av. Eloy Alfaro 102-100 y Amazonas
Edificio MAGAP Piso 9
Callejón Piedad 170119
Teléfono: (011) 2 2987 032
direccion@agrocalidad.gob.ec
www.agrocalidad.gob.ec

Estos perros y gatos rescatados quedarán en tutela de la institución que realizó el rescate, quien determinará si es posible su adopción o eutanasia, según las características de comportamiento del animal y presencia de enfermedades infectocontagiosas que podrían poner en riesgo la salud del resto de animales presentes en el albergue.

Efectuar un proceso quirúrgico de esterilización a los animales recuperados de las calles que no hayan sido reclamados por su propietario en las 72 horas posteriores a su extravió.

6. De los centros de adiestramiento (perros)

- a) Estar cercados por una pared de material o vallado perimetral, que impida la salida de los animales del área habilitada.
- b) Estas actividades se desarrollaran en sitios que cuenten con la infraestructura adecuada y espacios idóneos, según la naturaleza y tipo de adiestramiento.
- c) El personal encargado de los entrenamientos deberá poseer certificados que acrediten su capacitación.
- d) El adiestramiento de ataque, protección y defensa requerirá una infraestructura física que contemple un amplio espacio para una libre circulación de los animales, con las debidas seguridades que permitan salvaguardar la integridad física de los animales, de los entrenadores, propietarios y otros animales.
- e) Se prohíbe esta actividad en áreas públicas como parques, jardines u otras zonas donde existan concentraciones humanas y vehiculares.
- f) El personal técnico y auxiliar deberá mantener un certificado ocupacional de salud actualizado.
- g) Los animales a ser entrenados deberán contar con su respectivo certificado de salud, certificado de vacunación actualizado y certificado de tratamiento antiparasitario completo, emitido por un médico veterinario registrado en el SENESCYT.

7. Centros de cuarentena oficiales o privados

Mencionados lugares tienen que presentar condiciones adecuadas para precautelar el bienestar de los animales ahí alojados, mientras se determina su estado sanitario.

1. Mantener sus instalaciones limpias y desinfectadas adecuadamente.
2. Contar con un Médico Veterinario debidamente registrado en el Senescyt y personal auxiliar capacitado para el manejo de estos animales.
3. Queda estrictamente prohibido recibir en sus instalaciones a otros perros que no sean aquellos que deben someterse a observación por el potencial riesgo sanitario que esto significare.

1715180822

17



Anexo 6

LEY DE COMPAÑIAS, CODIFICACION.

Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de Noviembre de 1999.

H. CONGRESO NACIONAL LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS

SECCION I DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de Noviembre de 1999.

CONCORD:

*** CODIGO CIVIL: Arts. 4, 12, 39, 585, 675, 721, 860, 1481, 1482, 1483, 1622, 1661, 1730, 1735, 1833, 1883, 1967, 1974, 1984, 2308, 2401.**

*** CODIGO DE COMERCIO: Arts. 5, 22, 140, 409, 601.**

*** CODIGO PENAL: Arts. 9.**

*** CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR: Arts. 23 (Inc. 19).**

*** LEY DE COOPERATIVAS, CODIFICACION: Arts. 1.**

LINK:

Anexo 7

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

CONCORD:

* LEY DE COMPAÑÍAS, CODIFICACION: Arts. 6, 119.

* CODIGO CIVIL: Arts. 14, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 646, 1072, 1088.

* CODIGO TRIBUTARIO: Arts. 58, 59, 60, 61, 62.

* CODIGO DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO SANCHEZ DE BUSTAMANTE: Arts. 22, 23, 24, 25, 26.

* CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR: Arts. 6.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

CONCORD:

* CODIGO DE COMERCIO: Arts. 21, 30.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes regales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

CONCORD:

* CODIGO DE PROCEDIMIENTO CIVIL: Arts. 197.

* LEY DE COOPERATIVAS, CODIFICACION: Arts. 20, 23, 442.

* CODIGO DE COMERCIO: Arts. 39, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 164, 211, 212, 214, 216.