



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL

TÍTULO DE INGENIERA EN MARKETING

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
TERAPIA ASISTIDA POR CANES”**

AUTORA

ANDREA CAROLINA CADENA PÉREZ

DIRECTOR:

ING. NELSON CERDA

QUITO, JULIO 2012

DECLARACIÓN

Yo, Andrea Carolina Cadena Pérez, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi autoría, y que ésta tesis es original y auténtica.

Los efectos académicos que se desprendan de la investigación serán exclusivamente de mi responsabilidad.

Andrea Carolina Cadena Pérez
C.C: 171691856-8

CERTIFICACIÓN

Por medio del presente certifico que la señorita Andrea Carolina Cadena Pérez, ha realizado y concluido la elaboración de la tesis escrita de grado, bajo el tema “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de terapia asistida por canes”, previa la obtención del título de Ingeniera en Marketing.

Ing. Nelson Cerda P., MBA
Director de Tesis

DEDICATORIA

A ti Dios que me diste la fuerza y me iluminaste cada día para seguir adelante.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo papí Fausto y mamá Elssy por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado.

Los amo con todo mi corazón aquí está lo que ustedes me brindaron, solamente les estoy devolviendo lo que ustedes me dieron en un principio.

A mi esposo Luis Miguel y mi princesa Ariathne gracias por apoyarme y comprenderme siempre, les amo mucho.

A mi Mamí Blanquí, quién fue y seguirá siendo un ejemplo de vida, de superación y constancia, quien estuvo pendiente de que culminara mi carrera hasta el último momento sin poder verla finalizada por completo.

A Sandy, Viví y Nasly por sus consejos, por sus locuras, pero sobre todo por ser mis amigas.

Carolina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios y mi Virgen de Fátima, por enseñarme el camino correcto de la vida guiándome, iluminándome y fortaleciéndome cada día, por la inteligencia y sabiduría que me dio al nacer.

A mis padres y abuelito, por creer y confiar siempre en mí, apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida. Y a mi hermano Fausto, por el apoyo y motivación que de él he recibido.

A mi esposo y mi hija por ser el motivo para salir siempre adelante, ser esa fuerza que me impulsa a seguir sin desfallecer y por mostrarme cada día lo bendecida que soy por tenerlos.

A mi Mamí Blanquí por sus palabras, por sus enseñanzas, por guiarme y darme el consejo oportuno, por escucharme y siempre estar conmigo.

Agradezco el haber tenido más que profesores unos maestros, por confiar en mí, por tenerme la paciencia necesaria, por apoyarme en momentos difíciles. Y no me puedo ir sin antes decírles, que sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas y aquí está el fruto. Los quiero mucho y nunca los olvidaré.

Carolina

ÍNDICE

CONTENIDOS	PÁG
INTRODUCCIÓN	1
1. Planteamiento del problema	1
2. Formulación del problema	2
2.1 Formulación	2
2.2 Sistematización	2
3. Objetivos	3
3.1 General	3
3.2 Específicos	3
4. Justificación e importancia	3
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES	4
1.1 Antecedentes históricos	4
1.2 Características del sector	6
1.3 Características de la producción del servicio	8
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1 Objetivos del estudio de mercado	11
2.1.1 General	11
2.1.2 Específicos	11
2.2 Metodología de la investigación	12
2.2.1 Métodos de investigación	12
2.2.2 Muestreo	13
2.2.2.1 Calculo de la muestra	14
2.3 Proceso de recolección de la información	15
2.4 Procesamiento de la información	16
2.5 Cuantificación de la demanda	40

2.6	Cuantificación de la oferta	43
2.7	Oferta del proyecto	44
2.8	Propuesta de comercialización del servicio del proyecto	45
2.9	Plan de Marketing para el proyecto	45
2.9.1	Diagnóstico situacional del proyecto	45
2.9.1.1	Análisis del macroentorno del proyecto	45
2.9.1.1.1	Político	46
2.9.1.1.2	Económico	46
2.9.1.1.3	Social	48
2.9.1.1.4	Demográfico	49
2.9.1.1.5	Tecnológico	50
2.9.1.1.6	Legal	50
2.9.1.1.7	Ambiental	50
2.9.1.2	Análisis del microentorno del proyecto	51
2.9.1.2.1	Clientes	51
2.9.1.2.2	Servicios	51
2.9.1.2.3	Ubicación	51
2.9.1.2.4	Proveedores	51
2.9.1.2.5	Precios	52
2.9.1.3	Análisis del proyecto “Centro de terapia asistido por canes”	52
2.9.1.4	Análisis FODA del proyecto	54
2.9.1.4.1	Matrices EFE – EFI	55
2.9.1.4.2	FODA cruzado	56
2.9.2	Objetivos de marketing	58
2.9.3	Segmentación de mercado	58
2.9.4	Posicionamiento	60
2.9.5	Estrategias de la mezcla de marketing	61
2.9.5.1	Servicio	61
2.9.5.2	Precio	63
2.9.5.3	Plaza	64
2.9.5.4	Mezcla promocional	65

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	71
3.1 Tamaño del proyecto	71
3.2 Factores del tamaño del proyecto	72
3.2.1 Demanda	72
3.2.2 Suministros e insumos	73
3.2.3 Financiamiento	73
3.2.4 Organización	73
3.3 Localización del proyecto	73
3.4 Macro localización	74
3.5 Micro localización	75
3.6 Ingeniería del proyecto	76
3.6.1 Infraestructura necesaria para el proyecto	77
3.6.1.1 Infraestructura física	77
3.6.1.2 Muebles y enseres	79
3.6.1.3 Equipo de oficina	79
3.6.1.4 Equipo de cómputo	79
3.6.1.5 Equipo de cafetería	79
3.6.1.6 Equipo médico	79
3.6.1.7 Equipo para los canes	79
3.6.1.8 Organigrama	80
3.6.1.9 Estructura administrativa	80
3.7 Flujo grama del proceso de la canterapia	85
3.7.1 Descripción del servicio de la canterapia	86
3.8 Aspectos legales	88
3.9 Entidades relacionadas	88
3.10 Leyes conexas	91
CAPÍTULO IV: INVERSIONES DEL PROYECTO	95
4.1 Activos fijos tangibles	96
4.2 Activos diferidos	101

4.3 Capital de trabajo	102
4.4 Financiamiento del proyecto	103
4.5 Estructura del financiamiento	103
4.6 Cuadro de fuentes y usos	104
CAPÍTULO V: COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO	105
5.1 Costos de operación	105
5.1.1 Costos de operación	105
5.1.2 Gastos de operación	107
5.1.3 Gastos administrativos	109
5.1.4 Gastos de ventas	111
5.1.5 Gastos financieros	112
5.2 Proyección de los costos	113
5.3 Ingresos del proyecto	115
5.3.1 Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto	115
CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN FINANCIERA	116
6.1 Evaluación económica y financiera del proyecto	116
6.1.1 Instrumentos de evaluación	116
6.1.1.1 Estado de situación inicial	116
6.1.1.2 Estado de resultados	117
6.1.1.3 Flujo de caja	119
6.1.2 Indicadores de evaluación	122
6.1.2.1 Costo de oportunidad del capital	122
6.1.2.2 Valor actual neto (VAN)	123
6.1.2.3 Tasa interna de retorno (TIR)	124
6.1.2.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	126
6.1.3 Punto de equilibrio	127
6.1.4 Índices financieros	129

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
7.1 Conclusiones	131
7.2 Recomendaciones	133

Bibliografía

Anexos

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDOS	PÁG
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	11
1. Cuadro No 1: Género	16
2. Cuadro No 2: Edad	17
3. Cuadro No 3: Sector	18
4. Cuadro No 4: ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes enfermedades?	19
5. Cuadro No 5: ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes discapacidades?	20
6. Cuadro No 6: ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las enfermedades antes mencionadas?	21
7. Cuadro No 7: ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las discapacidades antes mencionadas?	22
8. Cuadro No 8: ¿Asiste a algún centro donde se imparta algún tipo de terapia para el tratamiento de una enfermedad o discapacidad?	23
9. Cuadro No 9: ¿Con qué frecuencia acude usted a este tipo de centros de ayuda?	24
10. Cuadro No 10: ¿Con qué personas visita este tipo de centros?	25
11. Cuadro No 11: ¿Se encuentra satisfecho/a con el servicio que recibe?	26
12. Cuadro No 12: Si existiera la posibilidad de ofrecer un centro asistido por canes que dé a conocer los diferentes beneficios de las actividades y terapias impartidas por los canes para el mejoramiento de la condición de salud y la calidad de vida, lo visitaría?	27
13. Cuadro No 13: ¿Cuáles de las siguientes opciones cree Ud. que es un factor determinante para optar por el servicio de terapia?	28
14. Cuadro No 14: ¿Con qué frecuencia acudiría a recibir la canterapia?	29
15. Cuadro No 15: Género	30
16. Cuadro No 16: Edad	31
17. Cuadro No 17: ¿En qué lugar trabaja Ud.?	32

18. Cuadro No 18: ¿Qué especialidad de la medicina tiene?	33
19. Cuadro No 19: ¿Usted conoce la canterapia?	35
20. Cuadro No 20: ¿Usted cree que la canterapia podría ayudar a sus pacientes que padecen algún tipo de enfermedad crónica o discapacidad a mejorar su calidad de vida?	36
21. Cuadro No 21: ¿Conoce Ud. de algún centro en el cual brinden este tipo de servicio?	37
22. Cuadro No 22: ¿Usted ha recomendado utilizar los servicios de este tipo de centros?	38
23. Cuadro No 23: ¿Usted recomendaría a sus pacientes que padecen este tipo de enfermedades o discapacidades acudir a un centro de terapia asistida por canes, el cual combinado con el tratamiento le ayudara a mejorar su calidad de vida?	39
24. Cuadro No 24: Demanda proporcionada por médicos	40
25. Cuadro No 25: Cuantificación de servicios	41
26. Cuadro No 26: Demanda proyectada	42
27. Cuadro No 27: PIB	47
28. Cuadro No 28: Inflación	47
29. Cuadro No 29: Tasa de interés	47
30. Cuadro No 30: Matriz EFE	55
31. Cuadro No 31: Matriz EFI	56
32. Cuadro No 32: FODA Cruzado	57
33. Cuadro No 33: Presupuesto para el plan promocional	69
34. Cuadro No 34: Cronograma de trabajo para el plan promocional	70
35. Cuadro No 35: Organización conformada de la empresa	81
36. Cuadro No 36: Inversión total	95
37. Cuadro No 37: Activos fijos tangibles	96
38. Cuadro No 38: Terreno	97
39. Cuadro No 39: Construcciones	97
40. Cuadro No 40: Muebles y enseres	98
41. Cuadro No 41: Equipo de oficina	99

42. Cuadro No 42: Equipo de cómputo	99
43. Cuadro No 43: Equipo de cafetería	100
44. Cuadro No 44: Equipo médico	100
45. Cuadro No 45: Equipo para canes	101
46. Cuadro No 46: Activos diferidos	101
47. Cuadro No 47: Capital de trabajo	102
48. Cuadro No 48: Cuadro de fuentes y usos	104
49. Cuadro No 49: Total de costos y gastos	105
50. Cuadro No 50: Mano de obra directa	106
51. Cuadro No 51: Insumos para canes	106
52. Cuadro No 52: Mano de obra indirecta	107
53. Cuadro No 53: Seguro maquinaria	107
54. Cuadro No 54: Depreciaciones y amortizaciones	108
55. Cuadro No 55: Sueldo administrativo	109
56. Cuadro No 56: Suministros de oficina	110
57. Cuadro No 57: Suministros de limpieza	110
58. Cuadro No 58: Servicios básicos	111
59. Cuadro No 59: Gastos de ventas	111
60. Cuadro No 60: Gastos financieros	112
61. Cuadro No 61: Proyección de los costos	114
62. Cuadro No 62: Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto	115
63. Cuadro No 63: Estado de situación inicial	117
64. Cuadro No 64: Estado de resultados	118
65. Cuadro No 65: Flujo de caja	120
66. Cuadro No 66: Costo de oportunidad del capital	122
67. Cuadro No 67: VAN	123
68. Cuadro No 68: TIR	125
69. Cuadro No 69: PRI	127
70. Cuadro No 70: Punto de Equilibrio	128

ÍNDICE DE GRAFICOS

CONTENIDOS	PÁG
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	11
1. Gráfico No 1: Género	16
2. Gráfico No 2: Edad	17
3. Gráfico No 3: Sector	18
4. Gráfico No 4: ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes enfermedades?	19
5. Gráfico No 5: ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes discapacidades?	20
6. Gráfico No 6: ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las enfermedades antes mencionadas?	21
7. Gráfico No 7: ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las discapacidades antes mencionadas?	22
8. Gráfico No 8: ¿Asiste a algún centro donde se imparta algún tipo de terapia para el tratamiento de una enfermedad o discapacidad?	23
9. Gráfico No 9: ¿Con qué frecuencia acude usted a este tipo de centros de ayuda?	24
10. Gráfico No 10: ¿Con qué personas visita este tipo de centros?	25
11. Gráfico No 11: Si existiera la posibilidad de ofrecer un centro asistido por canes que dé a conocer los diferentes beneficios de las actividades y terapias impartidas por los canes para el mejoramiento de la condición de salud y la calidad de vida, lo visitaría?	27
12. Gráfico No 12: ¿Cuáles de las siguientes opciones cree Ud. que es un factor es determinante para optar por el servicio de terapia?	28
13. Gráfico No 13: ¿Con qué frecuencia acudiría a recibir la canterapia?	29
14. Gráfico No 14: Género	30
15. Gráfico No 15: Edad	31
16. Gráfico No 16: ¿En qué lugar trabaja Ud.?	32
17. Gráfico No 17: ¿Qué especialidad de la medicina tiene?	34
18. Gráfico No 18: ¿Usted conoce la canterapia?	35

19.	Gráfico No 19: ¿Usted cree que la canterapia podría ayudar a sus pacientes que padecen algún tipo de enfermedad crónica o discapacidad a mejorar su calidad de vida?	36
20.	Gráfico No 20: ¿Conoce Ud. de algún centro en el cual brinden este tipo de servicio?	37
21.	Gráfico No 21: ¿Usted recomendaría a sus pacientes que padecen este tipo de enfermedades o discapacidades acudir a un centro de terapia asistida por canes, el cual combinado con el tratamiento le ayudara a mejorar su calidad de vida?	39
22.	Gráfico No 22: Demográfico	49
23.	Gráfico No 23: Distribución del centro de Canterapia	78
24.	Gráfico No 24: Flujograma del proceso de la canterapia	85

INTRODUCCIÓN

1. Planteamiento del problema

Enfermedades crónicas y capacidades diferentes

Los cambios en el estilo de vida asociados a la creciente movilización de las poblaciones hacia las áreas urbanas, trajeron consigo una nueva cara de la situación de salud: las enfermedades crónicas no transmisibles.

El grupo de las enfermedades crónicas no transmisibles incluye a la obesidad, la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y cerebro-vasculares, la hipertensión arterial, el cáncer y los problemas articulares.

Las enfermedades crónicas y las discapacidades son un trastorno orgánico y funcional que a más de ser tratadas solo con medicamentos, provocan en las personas depresión y angustia al saber que este tipo de enfermedades tienen tratamiento pero no cura. Ha más que las enfermedades crónicas o el tratamiento de una discapacidad denotan un considerable gasto financiero y pueden hundir a individuos y hogares en la pobreza; aunque hoy en día se sabe que los animales de compañía como los canes son una buena opción para personas que padecen este tipo de enfermedades, ya que estos animales son un apoyo psicológico y educativo invaluable para las personas y se está implementando su acceso a hospitales, para terapias psicológicas y para recuperación de enfermedades graves.

Situación actual

Para mejorar la calidad de vida de las personas tanto su salud como su independencia, lo ideal es promover la ayuda de los animales para realizar estas mejoras. Es por esto que a más de las actividades asistidas con animales existen las terapias asistidas por animales las cuales implican que un profesional especializado en el cuidado humano

use un animal que cumple criterios determinados, como parte integrante de un proceso de tratamiento que persigue unos objetivos específicos.¹

El objetivo que buscan estas terapias es mejorar la calidad de vida del beneficiario mediante el vínculo persona – animal. El proceso es dirigido por un profesional experimentado, encargado de fijar los objetivos, medir los progresos y evaluar el proceso y los resultados; este tipo de práctica proporciona una motivación a personas que se encuentran en situaciones de dificultad, consiguiendo resultados significativos en los aspectos físicos, mental, afectivo, social, emocional y cognitivo.

2. Formulación y sistematización del problema

2.1. Formulación

¿Será factible la creación de un centro de terapia asistido por canes para mejorar la calidad de vida de las personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad?

2.2. Sistematización

¿Existirá demanda propicia para la creación del centro de terapia asistido por canes?

¿El cliente estará dispuesto a pagar los costos por las actividades que se ajustan a este servicio?

¿La rentabilidad que podría generar este negocio permitirá al inversionista decidirse por la ejecución de este proyecto?

¹ www.terapiaconperros.com

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de terapia asistida por canes, dirigido a mejorar la calidad de vida de personas con enfermedades crónicas y/o capacidad diferente.

3.2. Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado a través del cual se establecerá la demanda total y la demanda insatisfecha.
- Realizar un estudio técnico, en el cuál se determinará el tamaño, localización y el proceso de prestación de servicios más adecuado para el proyecto.
- Identificar, describir y cuantificar las inversiones y costos que se requerirá para llevar a cabo este proyecto.
- Evaluar financieramente la factibilidad de este proyecto.
- Determinar si existe impacto ambiental por la creación de un centro asistido por canes.

4. Justificación de la investigación

La investigación de este plan está basada en dos enfoques teórico y práctico.

Con la utilización de varias técnicas como: Investigación de mercado, estudio financiero, evaluación de proyectos, datos históricos acerca de las enfermedades crónicas y discapacidades, actividades de centros que tratan las diferentes enfermedades y capacidades especiales en Quito, se pretenderá determinar si el centro de terapia asistida por canes que se establecerá en el sector norte de la ciudad de Quito tendrá aceptación en el mercado, y si cumplirá con las expectativas esperadas para la satisfacción de los clientes.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

“La enfermedad es un proceso de afección de un ser vivo, caracterizado por una alteración de su estado ontológico de salud. El estado o proceso de enfermedad puede ser provocado por diversos factores, tanto intrínsecos como extrínsecos al organismo enfermo; estos factores se denominan afecciones de la salud.”²

Las enfermedades crónicas son aquellas que tienen una larga duración y a más de poder ser tratadas no se puede pronosticar claramente si tienen curación. No está definido aun el tiempo para que una enfermedad sea tomada como crónica; pero se puede considerar a una enfermedad que tenga una duración mayor a seis meses.

“El origen del término crónico proviene del griego, que se refiere al tiempo de evolución de la enfermedad; pero nada dice acerca de su gravedad.”³

“Las enfermedades crónicas no se transmiten de individuo a individuo, por medio de microorganismos; son enfermedades que pueden ser adquiridas por herencia en forma congénita y muchas son idiopáticas; la mayoría de enfermedades crónicas se deben a factores de riesgo modificables, a los que se expone el individuo durante todo el ciclo de vida (concepción, nacimiento, crecimiento, desarrollo, reproducción y muerte), como la mala alimentación, el sedentarismo, estrés, algunos hábitos como fumar o tomar alcohol. Los síntomas se manifiestan en algún momento de la de vida y su tratamiento requiere de la modificación de los factores de riesgo (estilos de vida) y en ocasiones necesita de tratamiento farmacológico. Hay factores de riesgo no modificables que son parte del desarrollo de las ECNT, como la edad, sexo, etnia Muchos determinantes

² Diccionario de Medicina Océano, Mosby, España, 1996. Pág. 138

³ www.wikipedia.com

sociales como la educación y la pobreza contribuyen o son factores de riesgo que permiten el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles.”⁴

Las enfermedades crónicas no transmisibles incluyen a la obesidad, la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y cerebro-vasculares, la hipertensión arterial, el cáncer y los problemas articulares; requieren de tratamientos que muchas veces son complicados puesto que los pacientes tienen que modificar notoriamente sus hábitos cotidianos. Las terapias pueden incluir cambios en la dieta, administración de medicamentos, ejercicio físico, entre otros.

“La terapia es el conjunto de medios de cualquier clase, higiénicos, farmacológicos, quirúrgicos o físicos cuya finalidad es la curación o el alivio de las enfermedades o síntomas, cuando se ha llegado a un diagnóstico.”⁵

La terapia animal es ideal para mejorar la calidad de vida de las personas tanto en su salud como su independencia.

“La primera vez que se utilizaron animales domésticos como coterapeutas fue en 1792 en Inglaterra. El médico pionero fue William Tuke, que los empleo para mejorar las condiciones infrahumanas que existían en los manicomios de la época y para enseñar autocontrol a los pacientes. Las siguientes ocasiones fueron en: ⁶

- En 1867 en Bielefeld, Alemania; en Bethel un centro para epilépticos con resultados muy positivos.
- En 1940 en el Centro Pawling, se decidió relacionar animales de granja con veteranos convalecientes.

⁴ Ministerio de Salud Pública

⁵ www.wikipedia.com

⁶ www.isabelsalama.com

- En 1944 en Nueva York; en el centro para convalecientes del ejército del aire, el primer programa que ponía en contacto a los animales con los pacientes.
- A partir de los 60, empiezan a realizarse numerosas investigaciones sobre la influencia de los animales de compañía en la salud humana y comienzan aparecer múltiples estudios científicos que demuestran que la terapia asistida por animales es ya una ciencia.
- En 1962, se considera al Dr. Boris Levinson que siempre iba a la consulta con su perro Jingles, como el introductor del uso de la terapia facilitada por los perros con los niños, al descubrir de manera anecdótica, como un niño que había entrado en la sala de espera de su consulta, bastante nervioso, comenzó a acariciar a su perro y logró tranquilizarse de manera sorprendente, antes de entrar en su despacho. Desde entonces, se han encontrado beneficios en las personas.
- En 1970, Sam y Elizabeth Corson, en el hospital de Ohio State University, buscaron la interacción de los perros con los enfermos. Los pacientes al oír a los animales ladrar, pedían jugar con ellos, mejorando su conducta introvertida.

Hoy en día la terapia asistida por animales está provocando que se formen asociaciones, centros, fundaciones, que están ayudando a miles de niños y personas que tanto lo necesitan y que responden de manera muy positiva a los estímulos generados por todo tipo de animales, no sólo perros.

1.2. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

La finalidad de la terapia es el alivio a cualquier tipo de enfermedad que se padezca para esto existen varias formas de aplicar los diferentes tipos de terapia como:⁷

⁷ www.wikipedia.com

- **Terapia individual.-** es la aplicada a un sólo paciente.
- **Terapia grupal.-** es aplicado a varios pacientes a la vez.
- **Tratamiento alternativo.-** es el prescrito por una persona, generalmente sin formación médica homologada, y sin demostración científica de su eficacia.
- **Tratamiento específico.-** es el tratamiento dirigido contra la causa que provoca la enfermedad. Puede ser curativo o paliativo.
- **Tratamiento paliativo.-** es el que intenta aliviar u ofrecer el máximo bienestar al paciente porque no se puede alcanzar un tratamiento curativo.
- **Tratamiento radical.-** es el que intenta erradicar la enfermedad.
- **Tratamiento sintomático.-** es el que calma o alivia los síntomas en aquellas enfermedades o que se desconocen o que no tienen un tratamiento eficaz.

1.2.1. Tipos de tratamiento:

- Acupuntura
- Apiterapia o tratamiento con abejas y productos de la colmena
- Cirugía o tratamiento quirúrgico
- Dieta
- Farmacoterapia o tratamiento con medicamentos
- Fisioterapia
- Fitoterapia
- Hidroterapia
- Ortopedia
- Prótesis: dentales, lentes, etc
- Psicoterapia
- Quimioterapia
- Radioterapia
- Rehabilitación o tratamiento rehabilitador.
- Reposo domiciliario
- Sueroterapia
- Terapia ocupacional

- Terapia recreativa
- Terapia animal

1.2.1.1. Terapia Animal

El objetivo que buscan este tipo de terapia es mejorar la calidad de vida del beneficiario mediante el vínculo persona – animal; este tipo de práctica proporciona beneficios en el aspecto físico (reducción de la presión arterial, fortalecimiento de los músculos, recuperación de los enfermos cardíacos), en el mental (disminuye la ansiedad y el estrés, mejora el estado de ánimo) y en el social (facilita la interacción con otras personas, estimula el dialogo). Los animales más utilizados para este tipo de terapia son: perros, gatos, pájaros, peces, caballos y delfines; pero en muchos casos son también utilizados los animales de granja como ovejas, gallinas entre otros.

1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

La can terapia es una técnica útil para la socialización de personas, para pacientes con necesidades especiales, para la disminución de la ansiedad, para pacientes con enfermedades graves tales como cáncer, mal de Alzheimer y en estados de coma, para el tratamiento de ancianos, trastornos del estado de ánimo y otros trastornos psiquiátricos, trastornos de la alimentación, personas con discapacidad física y/o psíquica, enfermedades neurológicas y neurodegenerativas, enfermedades crónicas no transmisibles, etc. Obteniendo resultados positivos en cualquiera que sea la enfermedad o discapacidad.⁸

El perro es el animal ideal para este tipo de trabajo por su gran dependencia del ser humano su facilidad para aprender y su predisposición a la obediencia, las cuales son características de su especie, que facilitan el trabajo con él y aumentan la aceptación

⁸ www.terapia-ocupacional.com

por parte de los pacientes. Además del amor que brindan gozan de una peculiar cualidad: son incondicionales.

La participación de los canes como co-terapeutas aportan al tratamiento con:

- **Motivación:** son un elemento novedoso, divertido y dinámico.
- **Implicación e iniciativa:** los pacientes tienden a implicarse más en las actividades que realizan con el animal ya que las realizan con agrado, desean interactuar con el animal, incluso realizan movimientos, expresiones y actividades por propia iniciativa o respondiendo de forma espontaneas a las demandas del can.
- **Atención, concentración y estimulación:** la presencia del can generalmente centra y mantiene toda la atención de los pacientes, lo que se puede aprovechar para lograr mejor rendimiento en el trabajo sobre la propia atención u otras aéreas. Lo mismo ocurre con la concentración. El can supone una inagotable fuente de estimulación multisensorial en su interacción con los humanos (su movimiento, su contacto físico, los ruidos que realizan, etc.)

Entre los beneficios que aportan las interacciones con los canes se encuentran las siguientes:

- **Reduce el estrés en los enfermos de Alzheimer**, ayudando a reducir los temblores que aquejan a las personas que desgraciadamente padecen esta enfermedad.
- **Produce un efecto relajante y sedante** cuando entran en contacto con gente que tiene desequilibrios psicológicos.
- **En centros penitenciarios**, reducen los niveles de violencia y aislamiento de los reclusos.
- **En las empresas**, la entrada de las mascotas en el trabajo, ayudan a una mejora del rendimiento, estar más relajados y hacer un ambiente laboral más tranquilo y familiar.
- **Con niños autistas**, la interacción con perros ha sido casi siempre positiva.

De forma individual ayudan a:⁹

- **Mejorar todos nuestros sentidos**, porque estamos pendientes de ellos, bien a través de la vista, el oído, por nos “dice algo”, el tacto, ya que el tocar y ser tocados nos relaja, acariciarlo ayuda a bajar nuestro ritmo cardiaco y la presión arterial.
- **Al sistema motor**, ayuda a hacer ejercicio, por los paseos que se dan, también ayuda así al **sistema cardiovascular**.
- **Al nivel psicológico**, fuerza a interactuar con los semejantes y hablar con personas con las que se cruza y tienen otro can. Mejoran el autoestima ya que, los perros no juzgan ni critican la forma de ser de un individuo por muy detestable que pueda ser esta.
- **Mejora la toma de decisiones**; al ser responsable de un ser vivo y tener que tomar las mejores decisiones para que su vida sea lo mejor posible.
- **Se desarrolla con ellos pensamientos positivos**, porque no crean en las personas pensamientos problemáticos.

A partir de estas aportaciones principales, conseguir los objetivos de tratamiento, en muchas ocasiones, incluso con pacientes muy resistentes a otros tipos de intervención, es más rápido y sencillo. La ayuda que el can proporciona hace que cada terapia sea lo más positiva y provechosa para cada paciente; ya que ellos ponen su corazón y cariño en ayudar a los humanos, ellos son especiales con las personas especiales.

⁹ www.perros.com

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1. Objetivo general

- Determinar la demanda y oferta del proyecto. Para a través de ello determinar la demanda insatisfecha; para la implementación de un centro de terapia asistida por canes en la ciudad de Quito.

2.1.2. Objetivo específico

- Determinar, cuantificar y proyectar la demanda de un centro asistido por canes que ofrezca terapias y actividades de apoyo psicológico y educativo.
- Identificar y cuantificar la oferta de los establecimientos que brindan servicios similares a los del proyecto.
- Determinar, cuantificar y proyectar la demanda insatisfecha y que puede ser cubierta por nuestro servicio. Establecer el número de personas que estén dispuestos a acceder al servicio y el precio que pagarían por él.
- Establecer el nivel de aceptación que tendría la implementación de un centro de terapia asistida por canes en el sector norte de la ciudad de Quito.
- Identificar los requerimientos del consumidor en este tipo de servicio.
- Establecer el nivel de visitas y el grado de aceptación que generará el servicio.

2.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La metodología de investigación para la cuantificación de la demanda y oferta se basará en información primaria, a través de una investigación de campo.

La encuesta se diseñará para obtener información a fin de captar la opinión y criterios, para poder establecer cuáles son los requerimientos, gustos y preferencias de los consumidores.

La información de tipo secundaria será útil para la elaboración del proyecto, debido a que la investigación que se realizará, será a través de libros, Internet, etc.

2.2.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Observación

A través de este método se obtendrá información preliminar sobre las enfermedades crónicas y/o discapacidades tratadas en los diferentes establecimientos del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Análisis

Este método servirá para analizar los lugares que tratan discapacidades y/o enfermedades crónicas, a pacientes y familiares, como imparten su ayuda, y las actividades que aplican para las mismas; en base a estos sacar conclusiones pertinentes del caso.

Síntesis

Nos ayudará a llegar a una conclusión a través de la aplicación del análisis de los lugares que tratan discapacidades y/o enfermedades crónicas.

Inducción

Se recabará información de los lugares que tratan discapacidades y/o enfermedades crónicas del sector norte, es decir se tomará tan solo esta muestra para recabar información del desenvolvimiento de los mismos.

Población

La población a ser considerada son las zonas distritales del norte de Quito, tanto las personas que padecen una enfermedad crónica, las que tienen otro tipo de enfermedad y/o discapacidad. El universo es infinito.

2.2.2. MUESTREO

El tipo de muestreo que utilizamos para la recolección de la información es el no probabilístico por conveniencia.

“El investigador opta por su criterio a fin de determinar los elementos que conforman la muestra, ya que no hay clara especificación de cuál es o ha de ser la población sobre la que se desea investigar “.¹⁰

Los universos ha estudiar son:

- **Pacientes.-** son las personas que padecen algún tipo de enfermedad o discapacidad y requiere ser atendida por un médico; en este caso para el estudio se tomara en cuenta a todas las personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica como: obesidad, diabetes, hipertensión arterial,

¹⁰ JANY, José Nicolás; Investigación integral de mercados un enfoque para el siglo XXI; Mc Graw Hill; Segunda edición; Colombia, 2000; Pág. 11

cáncer, trastorno mental (depresión, ansiedad, psicosis), trastorno neurológico (demencia, epilepsia, párkinson). Y algún tipo de discapacidad sea esta física, visual, auditiva, intelectual, de lenguaje o psicológica.

- **Médicos.-** son profesionales que intentan mantener y recuperar la salud de las personas, para el proyecto se tomaran en cuenta a todos los especialistas de las diferentes ramas de la medicina que intervenga en el tratamiento de las enfermedades crónicas y/o discapacidades.

2.2.2.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA

PACIENTES

Z	Nivel de confianza	1.96
p.q	Variabilidad + y -	0.25
e	Error permitido al cuadrado	0.05
n	Tamaño de la muestra	?

$$n = Z^2 \cdot p.q / e^2$$

$$n = (1.96)^2 * 0.25 / (0.05)^2$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

MÉDICOS

Para el cálculo de la muestra de los médicos, se tomaron en cuenta los datos de médicos especialistas de la Provincia de Pichincha y sacando como universo los que laboran en la ciudad de Quito que da como resultado a 5.462 médicos especialistas. Datos que fueron obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

N	Universo	5462
Z	Nivel de confianza	1.96
p.q	Variabilidad + y -	0.25
e	Error permitido al cuadrado	0.05
n	Tamaño de la muestra	?

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.25 * 5462}{(5462 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.25}$$

$$n = \frac{5245.70}{14.61}$$

$$n = 359 \text{ encuestas}$$

2.3. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El proceso de recolección de la información se llevo a cabo a través de dos diferentes encuestas (anexo 1 y 2 respectivamente) una para personas que en muchos casos son pacientes y otra para médicos.

En el caso de la encuesta de pacientes fue realizada en hospitales, universidades, vía e-mail y en lugares de trabajo. Y la encuesta de médicos fue realizada en la facultad de medicina de la universidad central y católica, en hospitales, clínicas y en consultorios privados.

2.4. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Datos obtenidos en la encuesta a pacientes (Anexo 1)

1. Género

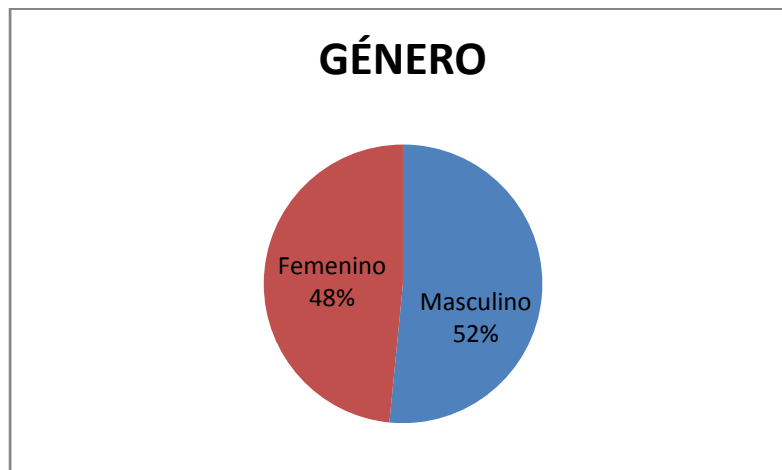
Cuadro No 1

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	198	52%
Femenino	186	48%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 1



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

De las encuestas realizadas 198 personas son de género masculino correspondiente al 52% del total y 186 son de género femenino que representa el 48% restante.

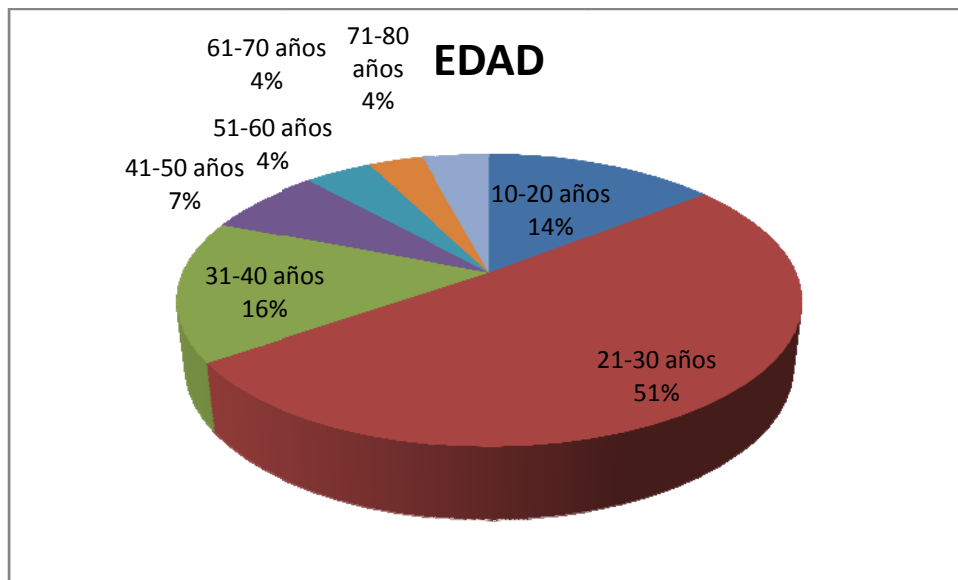
2. Edad

Cuadro No 2

Rango	Frecuencia	Porcentaje
10-20 años	55	14%
21-30 años	196	51%
31-40 años	60	16%
41-50 años	28	7%
51-60 años	16	4%
61-70 años	13	4%
71-80 años	16	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 2



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Del total de encuestados el 51% tiene entre 21 y 30 años siendo el más representativo, el 16% entre 31 y 40 años, el 14% entre 10 y 20 años, el 7% entre 41 y 50 años, el 4% entre 51 y 60 años, el 4% entre 61 y 70 años y un último de 4% entre 71 y 80 años.

Se puede concluir que el mayor número de encuestados (51%) se encuentra entre 21 y 30 años.

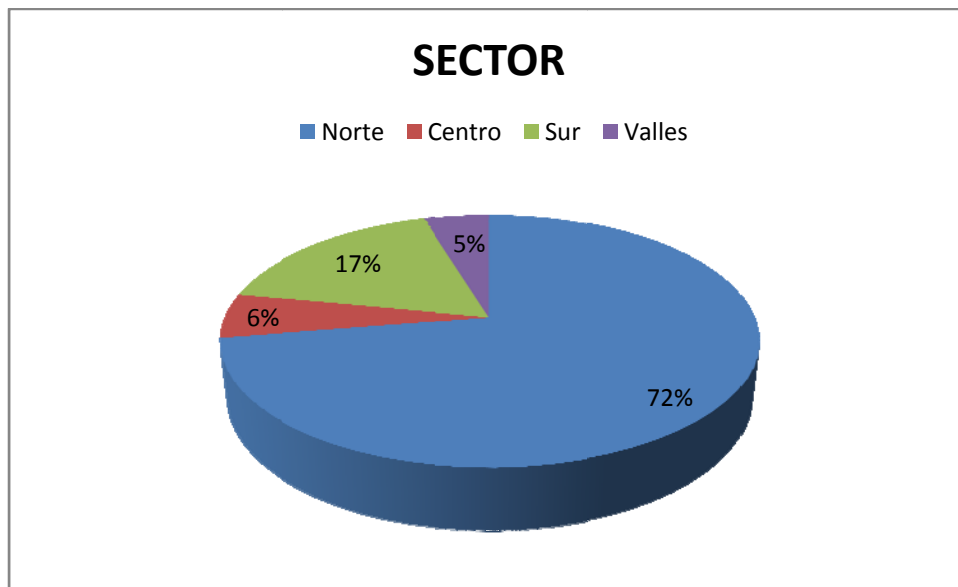
3. Sector

Cuadro No 3

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Norte	278	72%
Centro	22	6%
Sur	66	17%
Valles	18	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 3



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

De las encuestas realizadas tenemos que el 72% de personas que corresponden al 278 viven en el sector norte de la ciudad, el 17% correspondiente al 66 en el sur, el 6% representado por 22 en el centro y un 5% perteneciente a 18 en los valles.

4. ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes enfermedades?

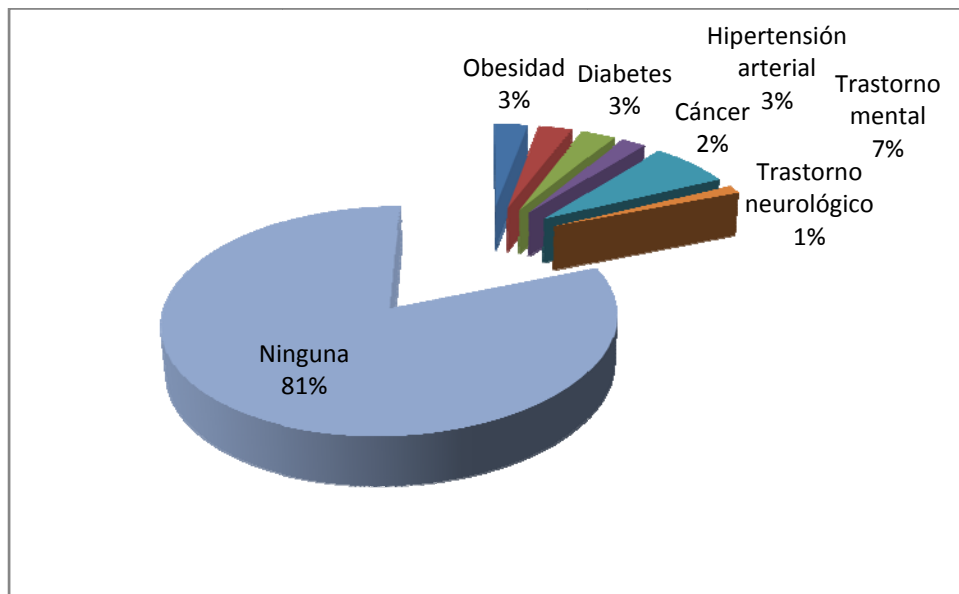
Cuadro No 4

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Obesidad	11	3%
Diabetes	11	3%
Hipertensión arterial	11	3%
Cáncer	8	2%
Trastorno mental	27	7%
Trastorno neurológico	5	1%
Ninguna	311	81%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 4



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al preguntar a las personas si padecen algún tipo de enfermedad tenemos que el 81% de las personas no tienen ningún tipo de enfermedad, el 7% de personas padecen de trastorno mental, el 3% de las personas padecen obesidad, diabetes e hipertensión cada una respectivamente, el 2% padece cáncer y el 1% tiene trastorno neurológico.

5. ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes discapacidades?

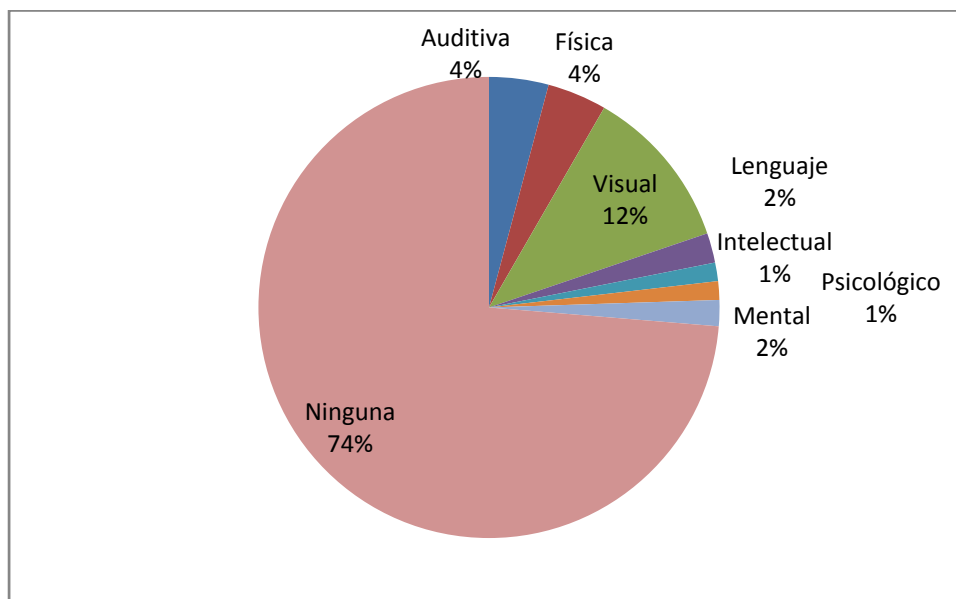
Cuadro No 5

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Auditiva	16	4%
Física	16	4%
Visual	44	12%
Lenguaje	8	2%
Intelectual	5	1%
Psicológico	5	1%
Mental	7	2%
Ninguna	283	74%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 5



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al consultar a las personas si padecen algún tipo de discapacidad tenemos que el 74% de las personas no tienen ningún tipo de discapacidad, el 4% de personas padecen de discapacidad auditiva y física cada una respectivamente, el 2% de las personas padecen de discapacidad mental y de lenguaje cada una respectivamente, el 1% padece de discapacidad intelectual y psicológico cada una respectivamente.

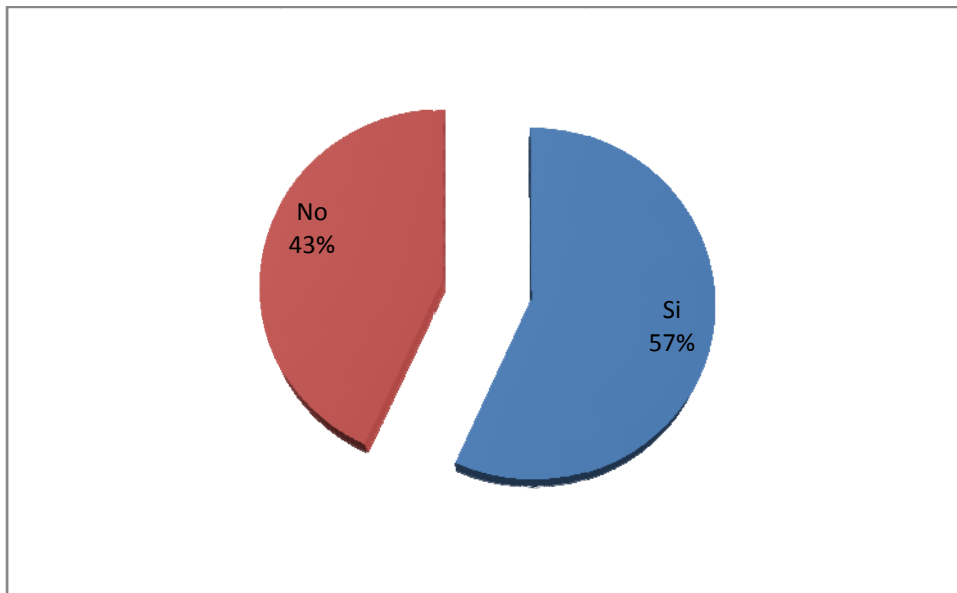
6. ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las enfermedades antes mencionadas?

Cuadro No 6

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	218	57%
No	166	43%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 6



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al consultar acerca de si tienen algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de enfermedad, un 57% correspondiente al 218 de personas respondió afirmativamente mientras que un 43% perteneciente a 166 indicaron que no tienen ningún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de enfermedad.

7. ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las discapacidades antes mencionadas?

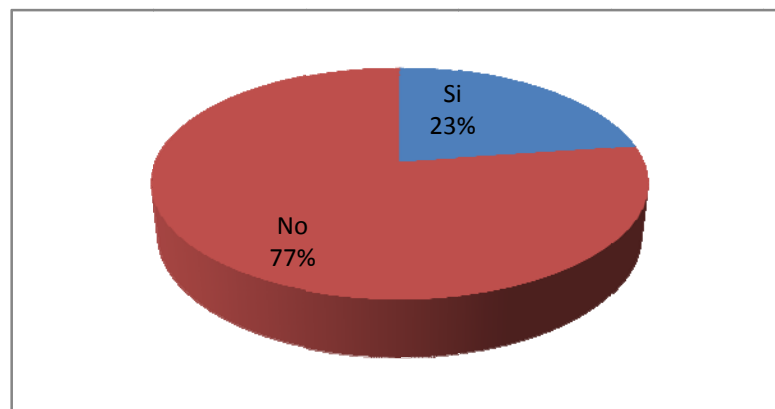
Cuadro No 7

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	23%
No	295	77%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 7



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Del total de encuestados 295 personas correspondiente al 77% niegan tener o conocer a alguna persona que tenga discapacidad mientras que un 23% perteneciente a 89 indicaron que si tienen ningún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de discapacidad.

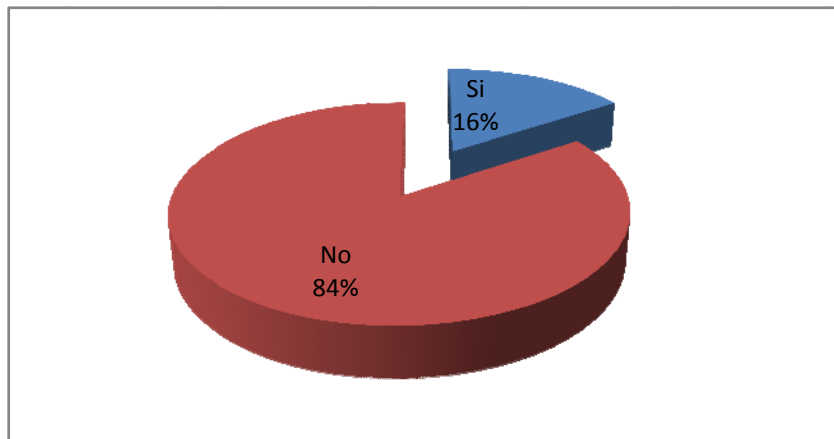
8. ¿Asiste a algún centro donde se imparta algún tipo de terapia para el tratamiento de una enfermedad o discapacidad?

Cuadro No 8

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	16%
No	324	84%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 8



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

De las personas encuestadas un 84% (324) de personas no asisten a ningún centro que imparta terapia para una enfermedad o discapacidad que posee, en cambio un 16% (60) de personas si acuden a centros a recibir tratamiento para la enfermedad o discapacidad que poseen; algunos de estos centros son IESS, Club de Leones, Solca, entre otros.

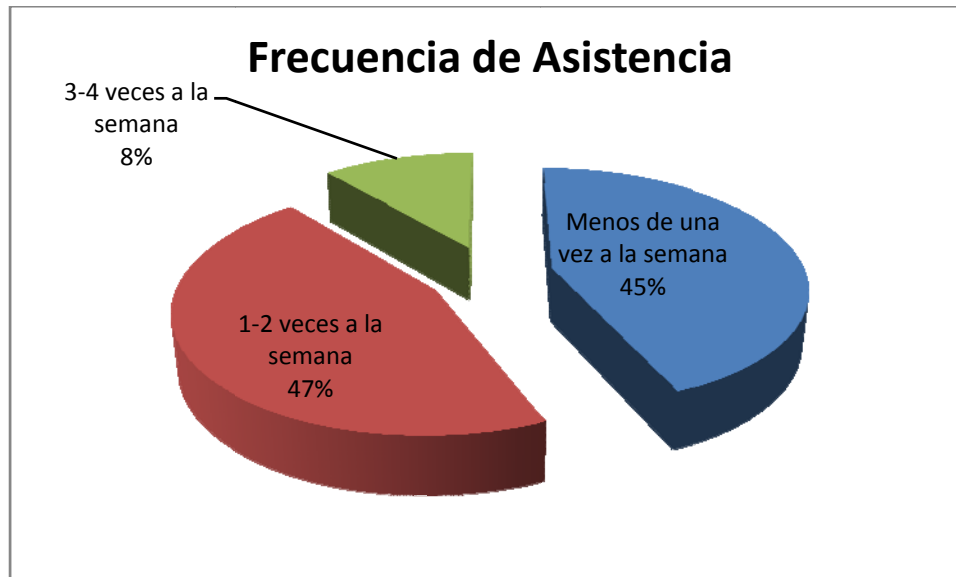
9. ¿Con qué frecuencia acude usted a este tipo de centros de ayuda?

Cuadro No 9

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Menos de una vez a la semana	27	45%
1-2 veces a la semana	28	47%
3-4 veces a la semana	5	8%
5-6 veces a la semana		
7 o mas veces ala semana		
TOTAL	60	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 9



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

El 45% (27) de personas visitan menos de una vez a la semana a los centros mencionados en la respuesta de la pregunta anterior, un 47% (28) de personas concurren de una a dos veces a la semana y un 8% (5) de personas asisten de tres a cuatro veces a la semana.

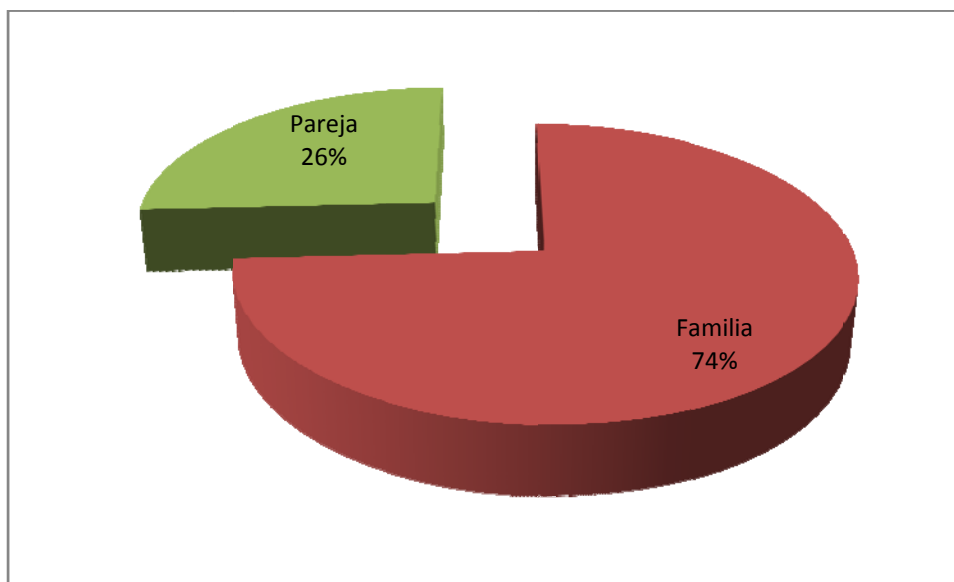
10. ¿Con qué personas visita este tipo de centros?

Cuadro No 10

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Amigos		
Familia	46	74%
Pareja	16	26%
TOTAL	60	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 10



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Del total de personas que visitan los centros para su tratamiento un 74% correspondiente a 46 personas prefieren hacerlo con alguno de sus familiares más cercanos, mientras que un 26% perteneciente a 16 personas optan por ser acompañados por su pareja.

11. ¿Se encuentra satisfecho/a con el servicio que recibe?

Cuadro No 11

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	100%
No	0	0%
TOTAL	60	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al medir el nivel de satisfacción el 100% de las personas que asisten a algún centro a tratar su enfermedad o discapacidad se encuentran satisfechos con el servicio que reciben, aseverando que les atienden rápido, gentilmente y les ayudan con sus inquietudes.

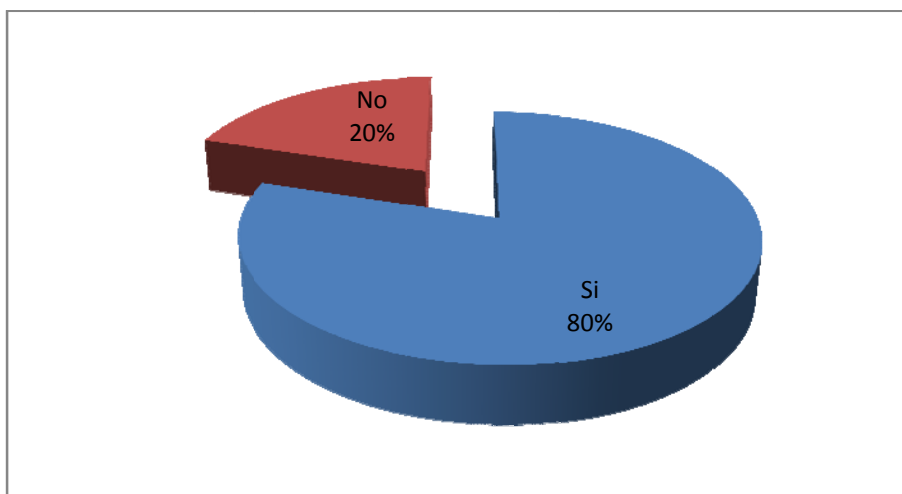
12. ¿Si existiera la posibilidad de ofrecer un centro asistido por canes que dé a conocer los diferentes beneficios de las actividades y terapias impartidas por los canes para el mejoramiento de la condición de salud y la calidad de vida, lo visitaría?

Cuadro No 12

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	307	80%
No	77	20%
TOTAL	384	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 11



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Del total de encuestados el 80% representado por 307 personas afirman que si existiera un centro que de una terapia impartida por canes lo visitarían, ya que es una propuesta innovadora, divertida y funcionaría como medicina alternativa, a diferencia del 20% correspondiente a 77 que no visitarían el centro, expresando que este tipo de terapia no esta científicamente comprobada.

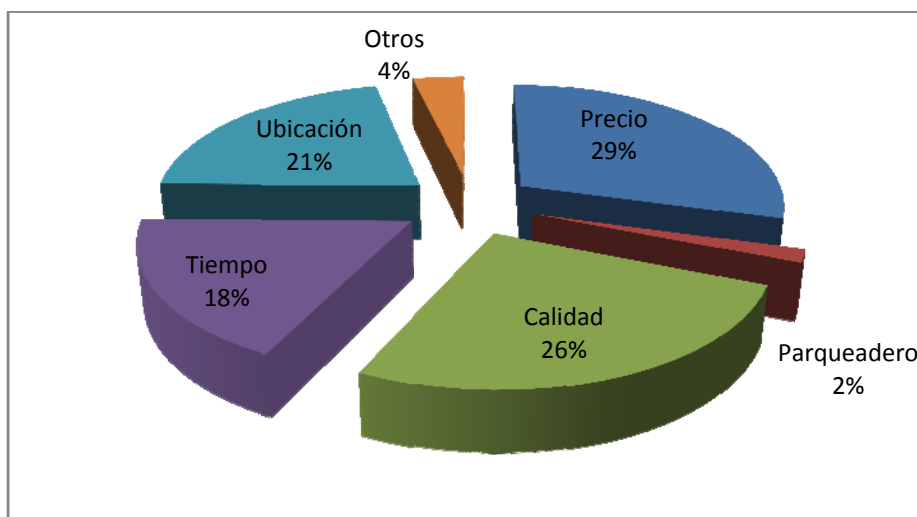
13. ¿Cuáles de las siguientes opciones cree Ud. que es un factor es determinante para optar por el servicio de terapia?

Cuadro No 13

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Precio	196	29%
Parqueadero	11	2%
Calidad	174	26%
Tiempo	120	18%
Ubicación	142	21%
Otros	24	4%
TOTAL	667	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 12



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Encontramos que un 29% de personas cree que un factor determinante para optar por la cantería es el precio, un 26% opina que la calidad, un 21% considera que la ubicación, un 18% piensa que el tiempo es predominante, un 2% se preocupa por el parqueadero y por último un 4% que señaló como otros se referían a infraestructura, equipos, personal, entre otros.

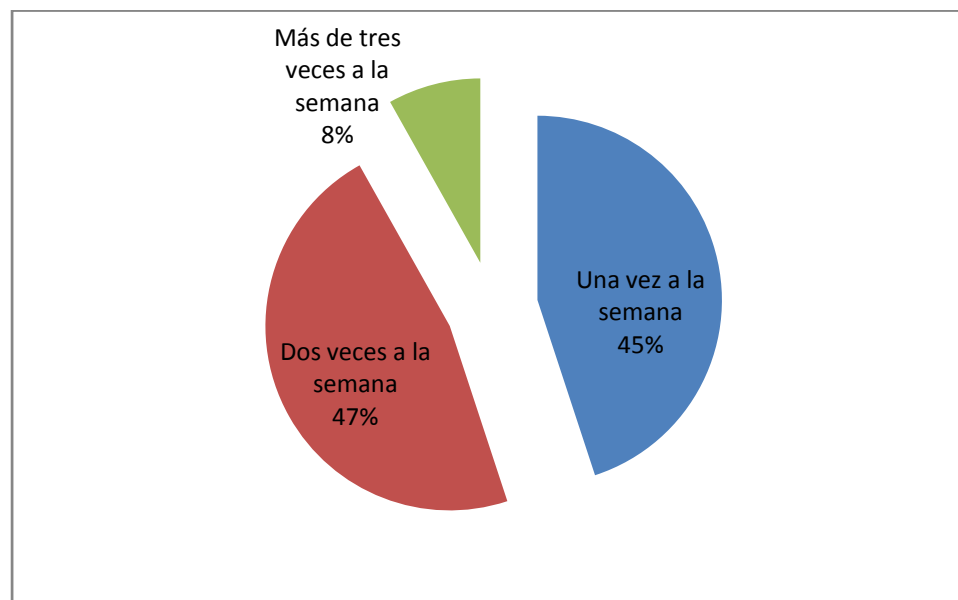
14. ¿Con qué frecuencia acudiría a recibir la canterapia?

Cuadro No 14

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	138	45%
Dos veces a la semana	144	47%
Más de tres veces a la semana	25	8%
TOTAL	307	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 13



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

La frecuencia en la que acudirían las personas a recibir la canterapia una vez a la semana sería de un 45% (138), un 47% (144) de personas concurrirían dos veces a la semana y un 8% (25) de personas asistirían más de tres veces a la semana.

Datos obtenidos en la encuesta a médicos (Anexo 2)

1. Género

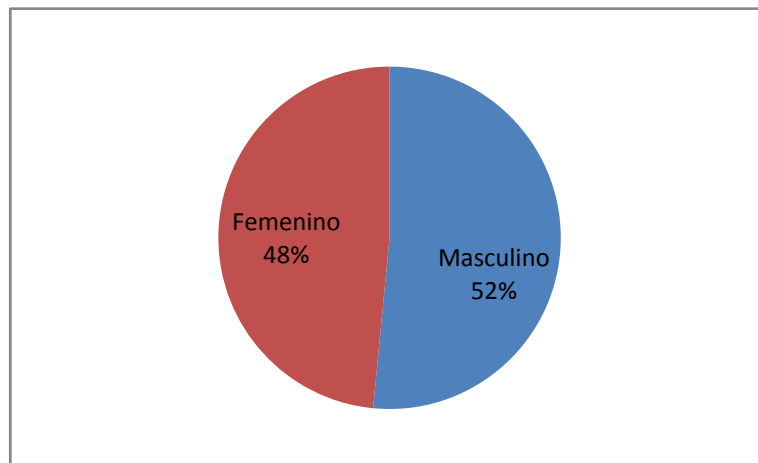
Cuadro No 15

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	185	52%
Femenino	174	48%
TOTAL	359	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 14



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

De las encuestas realizadas a los médicos obtuvimos que 185 personas son de género masculino correspondiente al 52% del total y 174 son de género femenino que representa el 48% restante.

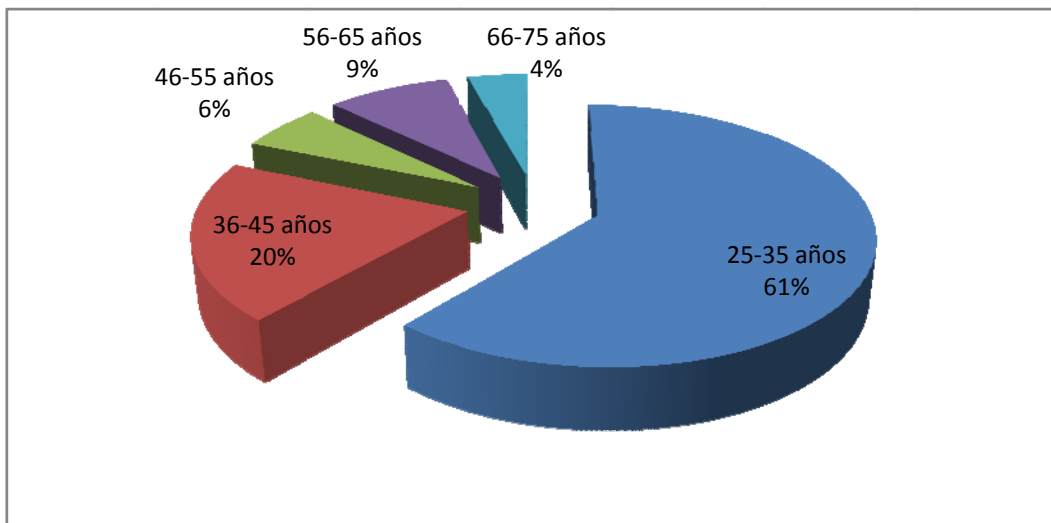
2. Edad

Cuadro No 16

Rango	Frecuencia	Porcentaje
25-35 años	220	61%
36-45 años	72	20%
46-55 años	21	6%
56-65 años	31	9%
66-75 años	15	4%
TOTAL	359	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 15



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Del total de médicos encuestados el 61% tiene entre 25 y 35 años siendo el más representativo, el 20% entre 36 y 45 años, el 9% entre 56 y 65 años, el 6% entre 46 y 55 años y un último de 4% entre 66 y 75 años.

Se puede concluir que el mayor número de médicos encuestados (61%) se encuentra entre 25 y 35 años.

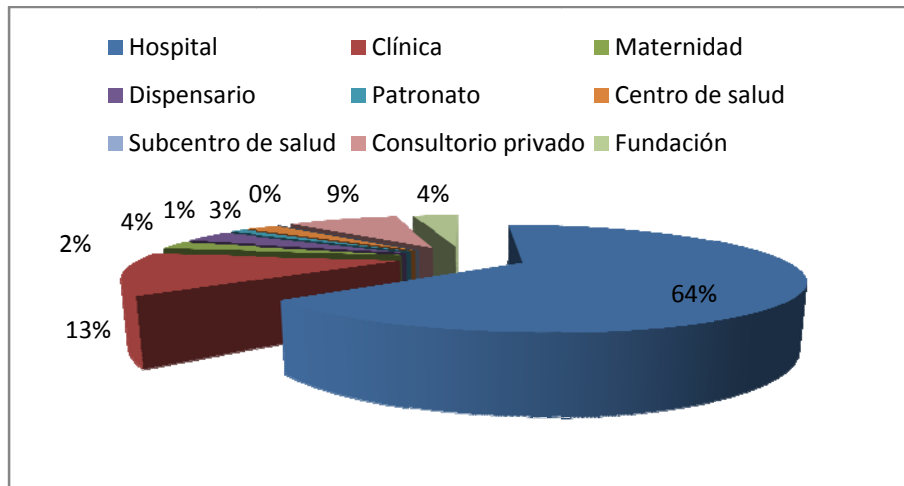
3. ¿En qué lugar trabaja Ud.?

Cuadro No 17

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Hospital	266	64%
Clínica	53	13%
Maternidad	11	2%
Dispensario	16	4%
Patronato	5	1%
Centro de salud	11	3%
Subcentro de salud	0	0%
Consultorio privado	37	9%
Fundación	16	4%
TOTAL	359	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 16



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al preguntar a los médicos en qué lugar trabajan respondieron que el 64% en hospitales, el 13% en clínicas, el 9% en consultorios privados, el 4% en dispensarios y fundaciones cada una respectivamente, el 3% en centros de salud, el 2% en la maternidad y el 1% en patronato.

4. ¿Qué especialidad de la medicina tiene?

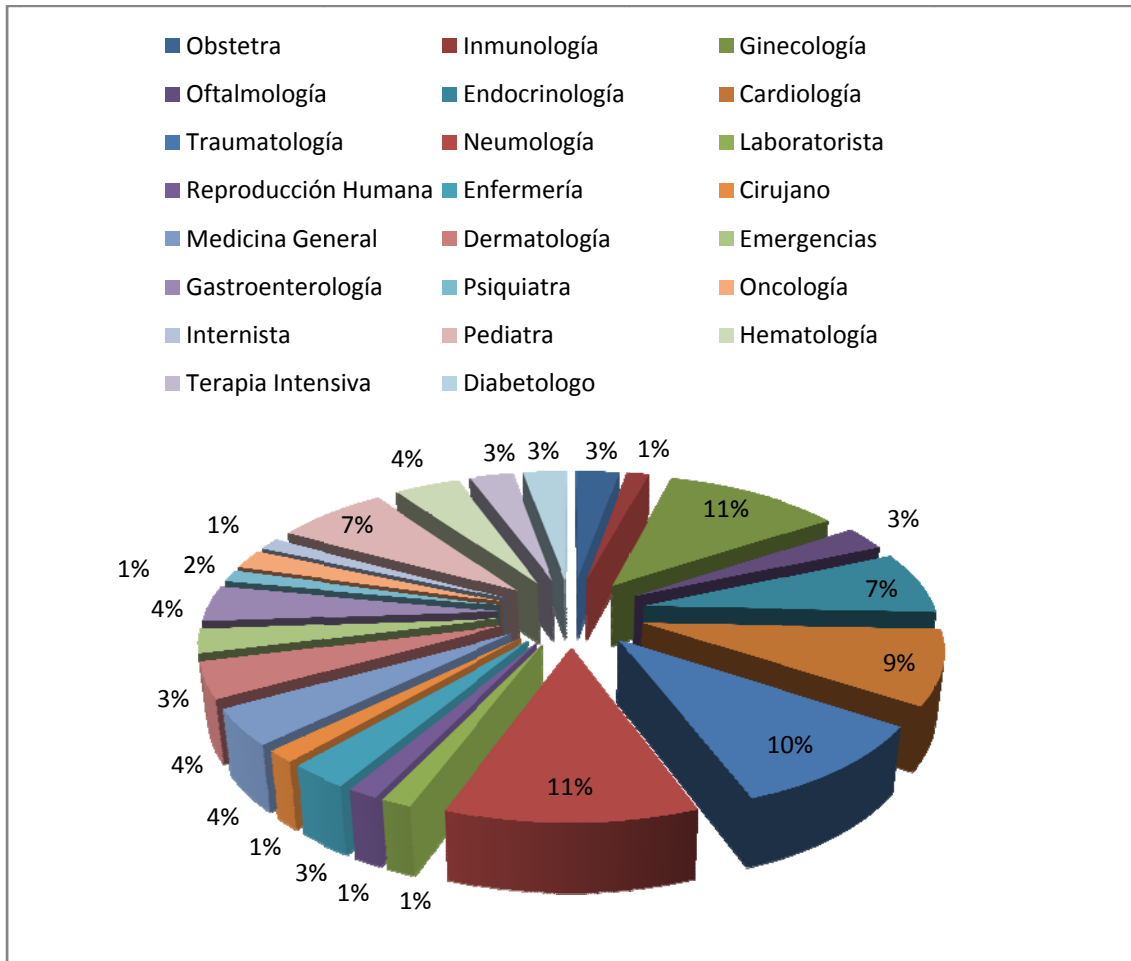
Cuadro No 18

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Obstetra	10	3%
Inmunología	5	1%
Ginecología	41	11%
Oftalmología	10	3%
Endocrinología	26	7%
Cardiología	31	9%
Traumatología	36	10%
Neumología	41	11%
Laboratorista	5	1%
Reproducción Humana	5	1%
Enfermería	10	3%
Cirujano	5	1%
Medicina General	15	4%
Dermatología	15	4%
Emergencias	10	3%
Gastroenterología	15	4%
Psiquiatra	5	1%
Oncología	8	2%
Internista	5	1%
Pediatra	26	7%
Hematología	15	4%
Terapia Intensiva	10	3%
Diabetólogo	10	3%
TOTAL	359	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 17



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al consultar a los médicos sobre su especialidad respondieron un 11% en neumología y ginecología, 10% en traumatología, 9% en cardiología, 7% en pediatría y endocrinología, un 4% en hematología, gastroenterología, dermatología y medicina general, un 3% en oftalmología, obstetra, diabetólogo, terapia intensiva, emergencia y enfermería, un 2% en oncología y por último un 1% en inmunología, internista, psiquiatría, cirujano, reproducción humana y laboratorista.

5. ¿Usted conoce la canterapia?

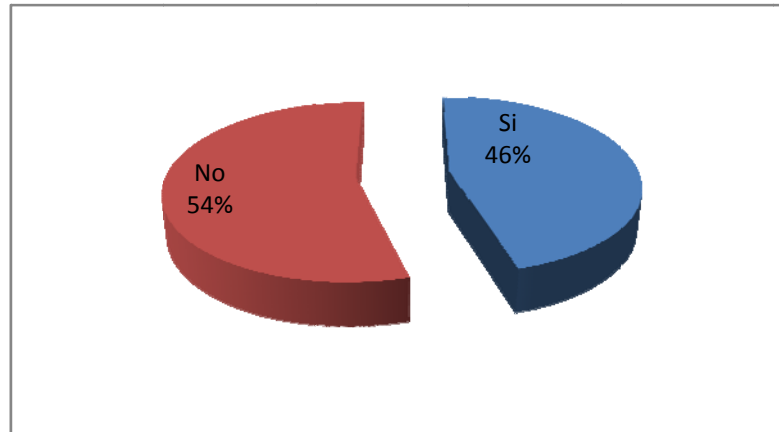
Cuadro No 19

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	164	46%
No	195	54%
TOTAL	359	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 18



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al preguntar a los médicos si conocían sobre la canterapia, un 54% (195) no tiene conocimiento acerca de este tipo de terapia, en cambio un 46% (164) afirman conocer sobre la terapia asistida por canes.

6. ¿Usted cree que la canterapia podría ayudar a sus pacientes que padecen algún tipo de enfermedad crónica o discapacidad a mejorar su calidad de vida?

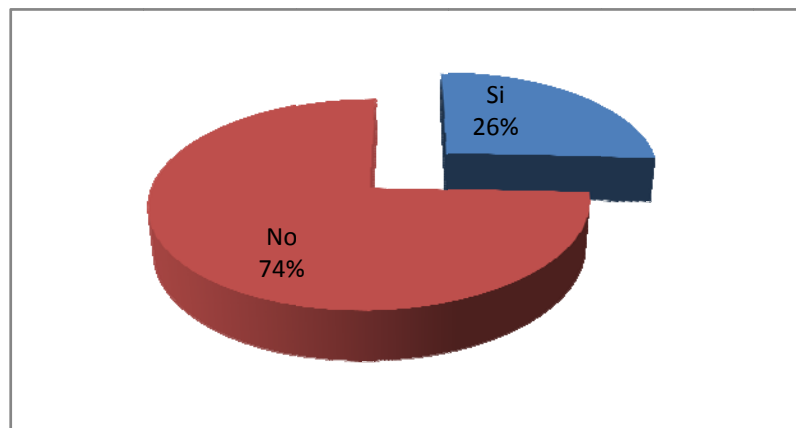
Cuadro No 20

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	26%
No	121	74%
TOTAL	164	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 19



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Un 74% de los médicos correspondiente a 121 no cree que la canterapia puede ayudar a las personas que padecen algún tipo de enfermedad o discapacidad, al no tener datos científicos que comprueben la eficacia de esta terapia; a diferencia de un 26% representado por 43 médicos que si cree que la canterapia puede ayudar a las personas ya que los estimula, les ayuda en el estado de ánimo y a sobrellevar la enfermedad o discapacidad que padezca.

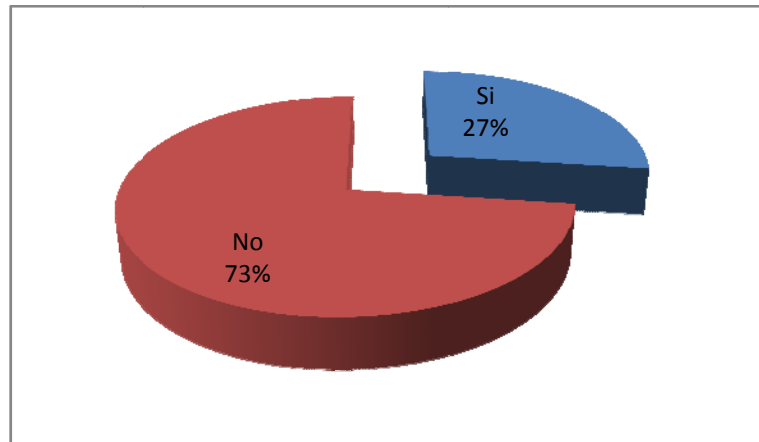
7. ¿Conoce Ud. de algún centro en el cual brinden este tipo de servicio?

Cuadro No 21

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	27%
No	120	73%
TOTAL	164	100%

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 20



Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

120 médicos representado por el 73% no conocen de ningún centro donde brinden terapia asistida por canes, a diferencia de 44 correspondiente al 27% que si conocen de un centro donde se ofrezca la canterapia, dicho centro es Solca.

8. ¿Usted ha recomendado utilizar los servicios de este tipo de centros?

Cuadro No 22

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	164	100%
TOTAL	164	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Al preguntar si ha recomendado utilizar los servicios de la canterapia a sus pacientes el 100% de los médicos no han recomendado este tipo de servicios al no tener fundamentos científicos aseguran no estar seguros de sus resultados y al no conocer sobre más centros que dicten la canterapia, no saben que tan buena pueda ser la terapia asistida por canes.

9. ¿Usted recomendaría a sus pacientes que padecen este tipo de enfermedades o discapacidades acudir a un centro de terapia asistida por canes, el cual combinado con el tratamiento le ayudará a mejorar su calidad de vida?

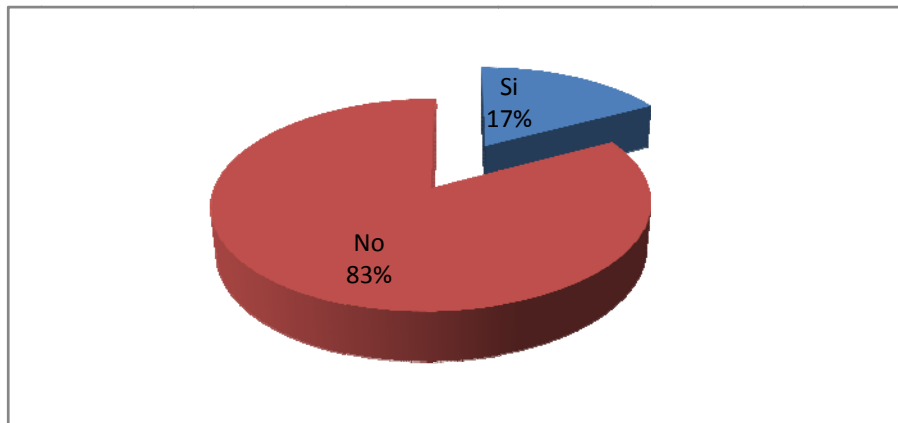
Cuadro No 23

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	17%
No	297	83%
TOTAL	359	100%

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gráfico No 21



Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El 83% de los médicos no recomendarían a los pacientes practicar la canterapia, a pesar de que esta puede estar combinada con el tratamiento que él lo indique, en contraste con un 17% que si recomendarían utilizar la canterapia combinado con los medicamentos que se requiera dependiendo del tipo de enfermedad o discapacidad.

2.5. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar el cálculo de la demanda, se ha estudiado a través del INEC, MSP y CONADIS, a más de dos encuestas la realizada a médicos y a personas en general; obteniendo así los siguientes resultados:

DEMANDA PROPORCIONADA POR MÉDICOS

- La cantidad de médicos especialistas que tratan algún tipo de enfermedad crónica o discapacidad de la ciudad de Quito, los cuales son 5.462, datos que fueron obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).
- De acuerdo a la encuesta realizada a los especialistas hemos obtenido como dato que existen 928 médicos que recomendarían a sus pacientes visitar un centro asistido por canes.
- El total de individuos que serían recomendados por estos médicos se obtiene multiplicando los médicos que están de acuerdo en la canterapia por 27 que es el promedio de pacientes que atienden al día.

Cuadro No 24

Total de médicos especialistas	Médicos especialistas que recomendarían la canterapia	Cantidad de pacientes recomendados para la canterapia
5462	928	25056

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Con este detalle tenemos que el centro de terapia asistido por canes tendría una demanda de 25.056 pacientes que padecen de algún tipo de discapacidad o enfermedad, siendo ellos recomendados por un especialista.

CUANTIFICACIÓN DE SERVICIOS

Cuadro No 25

Años	Personas que padecen enfermedades crónicas	Personas que tienen capacidades especiales	Total de personas que padecen enfermedades crónicas y discapacidades	% de personas que asistirían a un centro de canterapia	% de personas que asisten a un centro de terapia	Menos de una vez a la semana	Una vez a la semana	1 - 2 veces a la semana	Dos veces a la semana	3 - 4 veces a la semana	Tres o más veces a la semana	Cuantificación de la demanda
2001	8947	770	9717	7774	1555	3498	181902	3654	379974	622	97015	658890
2002	8640	967	9607	7686	1537	3459	179843	3612	375672	615	95916	651431
2003	9670	866	10536	8429	1686	3793	197234	3962	412000	674	105191	714425
2004	10359	829	11188	8950	1790	4028	209439	4207	437496	716	111701	758636
2005	10974	841	11815	9452	1890	4253	221177	4442	462014	756	117961	801152
2006	16225	1097	17322	13858	2772	6236	324268	6513	677359	1109	172943	1174570
2007	20300	2516	22816	18253	3651	8214	427116	8579	892197	1460	227795	1547107
2008	28371	4879	33250	26600	5320	11970	622440	12502	1300208	2128	331968	2254616
2009	36406	4396	40802	32642	6528	14689	763813	15342	1595521	2611	407367	2766702
2010	45994	38466	84460	67568	13514	30406	1581091	31757	3302724	5405	843249	5727064

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Con estos datos tenemos que la cantidad de personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad de la ciudad de Quito, ascienden a 84.460 pacientes, datos que fueron obtenidos del Ministerio de Salud y CONADIS.

De acuerdo a la encuesta realizada hemos obtenido como resultado que existen 67.568 personas que asistirían a un centro de imparta canterapia, dato que fue obtenido del porcentaje de afirmación a acudir a un centro de canterapia multiplicado por el total de personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad. Y el número de servicios demandados que el centro tendría es de 5.727.064 personas al año 2010.

DEMANDA PROYECTADA

Cuadro No 26

Años	Población de Quito	Personas que padecen enfermedades crónicas	Personas que tienen capacidades especiales	Total de personas que padecen enfermedades crónicas y discapacidades	% de personas que asistirían a un centro de canterapia	% de personas que asisten a un centro de terapia	Menos de unavez a la semana	Una vez a la semana	1 - 2 veces a la semana	Dos veces a la semana	3 - 4 veces a la semana	Tres o más veces a la semana	Cuantificación de la demanda
2011	2,288,600	47,009	39,315	86,324	69,059	13,812	31,077	1,615,979	32,458	3,375,600	5,525	861,855	5,853,433
2012	2,339,098	48,046	40,182	88,228	70,583	14,117	31,762	1,651,636	33,174	3,450,083	5,647	880,872	5,982,591
2013	2,390,711	49,106	41,069	90,175	72,140	14,428	32,463	1,688,080	33,906	3,526,211	5,771	900,309	6,114,600
2014	2,443,463	50,190	41,975	92,165	73,732	14,746	33,179	1,725,328	34,654	3,604,018	5,899	920,175	6,249,520
2015	2,497,379	51,297	42,901	94,199	75,359	15,072	33,911	1,763,398	35,419	3,683,542	6,029	940,479	6,387,418
2016	2,552,485	52,429	43,848	96,277	77,022	15,404	34,660	1,802,308	36,200	3,764,820	6,162	961,231	6,528,359
2017	2,608,806	53,586	44,815	98,402	78,721	15,744	35,425	1,842,076	36,999	3,847,893	6,298	982,441	6,672,409
2018	2,666,370	54,768	45,804	100,573	80,458	16,092	36,206	1,882,722	37,815	3,932,798	6,437	1,004,119	6,819,639
2019	2,725,205	55,977	46,815	102,792	82,234	16,447	37,005	1,924,265	38,650	4,019,576	6,579	1,026,275	6,970,116
2020	2,785,337	57,212	47,848	105,060	84,048	16,810	37,822	1,966,725	39,503	4,108,270	6,724	1,048,920	7,123,914
2021	2,846,797	58,475	48,904	107,378	85,903	17,181	38,656	2,010,121	40,374	4,198,920	6,872	1,072,065	7,281,106

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Con lo expuesto y calculando una tasa de crecimiento de 2.05% (personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica) y de 1.72% (personas con algún tipo de discapacidad) se obtuvo la proyección de la demanda total anual de las personas y la frecuencia con que acudirían al centro de terapia asistida por canes.

DEMANDA TOTAL

El número total de servicios demandados por las personas es de 6.007.647 para el año 2012. Este número se obtuvo tomando en cuenta la demanda de personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad más el número de pacientes recomendados por los médicos.

2.6. CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para establecer la oferta es necesario conocer cuántos centros de terapia que tratan discapacidades y/o enfermedades crónicas existen en la ciudad de Quito.

Según el CONADIS, existen 155 centros de terapia que tratan las diferentes discapacidades como son: auditiva, física, visual, de lenguaje, intelectual, psicológica y mental; al igual que enfermedades crónicas como: obesidad, diabetes, hipertensión arterial, cáncer, trastorno mental (depresión, ansiedad, psicosis), trastorno neurológico (demencia, epilepsia, párkinson); aunque las terapias que ofrecen ayudan en mejorar la salud de los pacientes no se relacionan con las características del proyecto, en razón que no generan valor agregado, sin embargo se determinó como un servicio sustituto.

Existen 2 centros que se consideran como competencia directa.

- **Centro de Rehabilitación “Ángeles en 4 patas”.-** es un centro que se encuentra ubicado en el parque Metropolitano, cuenta con una infraestructura plana en lo que se refiere a oficinas y espacio verde dentro de las instalaciones, las terapias se realizan en el bosque y cerca hay una vereda con una pequeña pérgola con asientos y techo para los niños que esperan las terapias con caballos; su grupo objetivo son niños y adolescentes de estratos económicos bajos que padecen dolencias de tipo físico o psíquico. El costo de la terapia es de \$2 por niño cada vez que acude al centro. También para solventar sus necesidades tiene una escuela de equitación. Los horarios de atención del centro de rehabilitación es de lunes a domingo, de 8 a 1pm y de 2.30 a 5pm siempre que el clima lo permita, ya que sus actividades las realizan al aire libre.

Por ser un centro de rehabilitación sin fines de lucro cuya principal actividad es la hipoterapia; no practican terapia asistida por canes más bien son actividades asistidas por canes, para esto utilizan a canes de diferentes razas, por lo que el personal que tiene no diagnostica y evalúa a los

pacientes que acuden, las actividades no tienen un marco de rigor científico y no persiguen objetivos específicos en el área de canterapia.

- **Petsplaza.-** cuenta con una infraestructura ubicada en 2.800 mts² la cual esta dividida en el centro de adiestramiento, peluquería canina, consultorio veterinario y hotel canino; brinda servicios como: los antes mencionados en infraestructura a más de deportes caninos, ventas y asesoramiento de canes; también brinda canterapia como parte social visitando una vez por semana a los niños de Solca y escuelas de niños con problemas auditivos o visuales. Al proporcionar la canterapia como parte social no tiene ningún costo, asumiendo estos gastos con sus servicios de hospedaje, adiestramiento, peluquería y consultorio veterinario. Los horarios de atención son de de lunes a domingo de 8 am a 5 pm ininterrumpidamente.

Al igual que Ángeles en 4 patas no realiza terapia sino actividades por ser de carácter lúdico y porque no poseen de terapeutas que diagnostican y evalúan el tipo de terapia que requiere las deferentes personas que padecen algún tipo de enfermedad crónica o discapacidad.

2.7. OFERTA DEL PROYECTO

Como ya se señaló anteriormente, el servicio que ofrecerá el centro de terapia asistido por canes es diferente a los ya existentes en el mercado.

En el mercado existen aproximadamente 155 centros de terapia, de los cuales, pueden atender alrededor de 300 personas mensuales, esta es una media, en más que al ser centros que atienden diferentes discapacidades y enfermedades cada uno atiende a los pacientes de acuerdo a su espacio físico.

Las terapias que se imparten en este tipo de centros no son tan minuciosas como las que se impartirán en el centro asistido por canes; siendo está una razón más que justifica la creación del Centro de terapia asistido por canes, el cual brindará servicios alternativos que ayuden a satisfacer plenamente las expectativas de los pacientes.

2.8. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DEL PROYECTO

“La comercialización del servicio es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”¹¹

El centro de terapia asistido por canes comercializará un servicio orientado a niños, jóvenes y adultos mayores que padecen algún tipo de discapacidad y/o enfermedad crónica, el cual maneja marketing directo, en razón que no requiere de ningún intermediario o canal de distribución para llegar al consumidor final, ya que al manejar el centro netamente intangibles la única relación que existe es empresa – cliente.

2.9. PLAN DE MARKETING PARA EL PROYECTO

El plan de marketing determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar los objetivos determinados. Es una herramienta que nos permite marcarnos el camino para llegar a un lugar concreto.

2.9.1. Diagnóstico Situacional del proyecto

El diagnóstico situacional del proyecto se basa en los siguientes parámetros:

2.9.1.1. Análisis del macroentorno del proyecto

El análisis del macroentorno es el estudio externo que nos permite conocer la realidad del entorno de la empresa a ser estudiada, sus diferentes factores, consecuencias y sus posibles soluciones en los diferentes ámbitos. Utilizando eficazmente sus recursos logrando con ello permanecer en el tiempo por lo que el análisis del macro entorno se convierte en una herramienta clave para las decisiones que corresponden a la alta dirección.

¹¹ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 52.

2.9.1.1.1. Político

Después de varios años de inestabilidad política, se inició un proceso de consolidación de la democracia asociado a cambios sociales y económicos tras las dos victorias electorales consecutivas de Rafael Correa (en 2006 y 2009). El programa del Presidente se basa en la idea de lanzar el “Socialismo del XXI”. El 28 de septiembre de 2008, se aprobó la constitución número 20 de la historia del Ecuador. Esta constitución revisa numerosos derechos de los ciudadanos y concede derechos a la naturaleza, reconoce los derechos territoriales de las poblaciones indígenas e introduce el Consejo de participación ciudadana y control social.

2.9.1.1.2. Económico

En lo económico se resaltan algunos indicios de progreso en el sector productivo. El principal es la consolidación de la planificación como herramienta para lograr objetivos políticos.

- **PIB.-** en los últimos años ha tenido una variación notable ya que tiene una relación directa con la inflación del país, esto afecta a todos los sectores que conforman la parte económicamente activa pasiva. El manejo de activos, pasivos y el constante incremento en la actividad de intermediación financiera, constituyen un factor positivo que ha permitido canalizar mayores recursos hacia la actividad económica, ya sea para promover actividades de consumo, inversión e, incluso para incentivar el financiamiento de potenciales cambios tecnológicos en la industria.

Cuadro No 27

	2009	2010	2011	2012	2013
Crecimiento PIB (%)	0.98%	6.81%	5.27%	4.25%	2.05%
PIB no petrolero (%)	1.42%	7.67%	6.00%	4.96%	2.42%
PIB petrolero (%)	-4.88%	1.30%	1.31%	0.23%	-0.16%
PIB en millones de dólares	51.386	56.964	62.265	67.490	72.038

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Carolina Cadena P.

- **Inflación.-** la inflación anual en el 2011 terminó en 5.41%, y para el 2012 el costo de la canasta familiar se ubico en 578.04USD, mientras que el salario mínimo vital tuvo un incremento de 28USD y llegó a 292USD.

Cuadro No 28

Años	Inflación
2008	8.65%
2009	6.51%
2010	4.31%
2011	5.41%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Carolina Cadena P.

- **Tasas de Interés:**

Cuadro No 29

Años	Tasa Activa	Tasa Pasiva
2008	9.14%	5.91%
2009	9.24%	5.57%
2010	8.68%	4.28%
2011	8.17%	4.53%
2012	8.17%	4.53%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Carolina Cadena P.

- **Riesgo País.-** de Ecuador continuó su escalada en la actualidad se ubicó en 792.00 puntos. El motivo para el disparo de este indicador, que tiene que ver con el costo del crédito para el país (mientras más alto el índice, más caro el crédito). El riesgo país también se relaciona con el costo de la deuda externa. Mientras más alto el riesgo, el precio de los bonos cae. Sin embargo el precio de los bonos Globales se recuperó, contra todos los pronósticos. Los bonos 2012 se colocaron a 34% la compra y 40% la venta. El porcentaje citado está en relación al 100% del precio. Los bonos 2015 cerraron ayer a 28% para la compra y 37% para la venta, mientras los 2030, en 24% y 30%, respectivamente.

2.9.1.1.3. Social

- **Desempleo:** El desempleo disminuyó 1 punto, llegó a 5.52%. El desempleo es un factor importante que afecta a cualquier organización ya que a mayor índice de desempleo es menor el poder adquisitivo del mercado. Las ciudades que tienen un registro mensual del desempleo son: Guayaquil con un índice de 5.73%, Quito con 4.20% y Cuenca con 4.13%, según el Banco Central. Además indica que la tasa de desempleo en el país disminuyó 0.59%.
- **Migraciones.-** se ha convertido en una cuestión importante y controvertida en las relaciones entre la Unión Europea y América Latina. Durante los diez últimos años, Sudamérica se ha caracterizado por un flujo migratorio masivo hacia Europa.
- **Refugiados.-** Ecuador se ve especialmente afectado por la influencia de un gran número de refugiados colombianos. Hay cerca de 135.000 colombianos que necesitan protección internacional que no han solicitado asilo. El Gobierno aplicó un programa de ayuda por medio de su “Plan Ecuador”. No obstante, los recursos son limitados y se pide constantemente ayuda internacional.

- **Tráfico de drogas.-** es un problema creciente en el país. La seguridad y el Estado de Derecho se han deteriorado gravemente en el norte de Ecuador debido a los efectos de la producción de cocaína en Colombia y al establecimiento de rutas de tráfico de drogas que pasan por Ecuador.

2.9.1.1.4. Demográfico:

Este ambiente es de gran influencia por lo que interviene en la segmentación del mercado objetivo y para determinarlo se debe conocer la población, sus proyecciones y características distintivas.

Ecuador tiene una población predominantemente joven, el 50% de la misma tiene hasta 24 años y tan solo el 17% es mayor a 50 años. La organización familiar se compone con un promedio de 3.8 miembros por vivienda. Los hogares de Ecuador se dividen en 5 estratos: ¹²

- “A” alto, con un 1,9%
- “B” medio alto, con un 11,2%
- “C+” medio, con un 22,8%
- “C-“ medio bajo, con un 49,3%
- “D” bajo, con un 14,9%



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: INEC

Estos estratos son clasificados de acuerdo a vivienda, educación, características económicas, bienes, TIC's y hábitos de consumo.

¹² INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

2.9.1.1.5. Tecnológico

Dentro del escenario tecnológico hace referencia a la constante innovación de las empresas en la actividad que desarrollen, mediante la utilización de equipo y maquinaria actualizada permitiendo a la misma no quedarse rezagada de la competencia. Por ello toda empresa debe designar una reserva para así poder tener la oportunidad de generar un cambio empresarial.

2.9.1.1.6. Legal

El aspecto legal está integrado por leyes, decretos, resoluciones que responden a determinadas políticas del gobierno Ecuatoriano.

También comprenden las instituciones gubernamentales, las corporaciones gremiales, las agrupaciones empresariales, regionales, obreras, religiosas, militares, étnicas y de todo tipo que influyen sobre el sistema, creando leyes de protección al consumidor, leyes laborales, normas de seguridad entre otras que ayudan a que se respeten los derechos y cumpliendo con los deberes del ciudadano.

2.9.1.1.7. Ambiental

Las preocupaciones vinculadas al medio ambiente y al cambio climático no dejan de aumentar y el país ha realizado importantes progresos con el fin de integrar los principios de desarrollo sostenible en las políticas nacionales. Con la nueva constitución, Ecuador dispone de más herramientas para luchar contra los problemas existentes en materia de degradación del medio ambiente. Una de las innovaciones importantes introducidas por la constitución es el reconocimiento de los “Derechos de la naturaleza”.

- **Energía.-** el país está realizando esfuerzos importantes para mejorar su capacidad para cubrir sus necesidades energéticas con ayuda de fuentes sostenibles a pesar de sus importantes reservas de fuentes de energía no renovables.

2.9.1.2. Análisis del microentorno del proyecto

El análisis del Microentorno es el estudio interno que nos permite conocer la empresa a ser estudiada, sus servicios, clientes, proveedores, ubicación, etc.

2.9.1.2.1. Clientes

Las personas que padecen dolencias como algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad, que estén interesadas en mejorar la calidad de vida optando por un servicio innovador como la canterapia y que puedan acceder al mismo.

2.9.1.2.2. Servicios

El servicio a ofrecer difiere de los demás centro que tratan enfermedades crónicas y/o discapacidades y de los centros que ofrecen canterapia; ya que el personal especializado que trabajara en el proyecto tendrá objetivos específicos, diagnosticará y evaluará a cada tipo de paciente dependiendo del tipo de enfermedad o discapacidad proporcionando herramientas que ayuden a tener mejores y pronto resultados.

2.9.1.2.3. Ubicación

Para optar por la mejor ubicación del centro se toma en cuenta vías de acceso, disponibilidad de medios de transporte, servicios básicos, seguridad y en el caso del centro de canterapia se tomara en consideración también el clima del lugar.

2.9.1.2.4. Proveedores

Las empresas que producen los insumos y alimentos que los canes requieren tomando en cuenta la calidad de los mismos, los costos y el tiempo en que se deben administrar como en el caso de vacunas y desparasitantes.

2.9.1.2.5. Precios

El precio que poseen la mayoría de centros y médicos donde se tratan enfermedades crónicas o discapacidades oscila de \$2 a \$70 dependiendo del lugar si es privado, público o sin fines de lucro y del tipo de terapia, tratamiento y especialista que el paciente requiera.

2.9.1.3. Análisis del proyecto “Centro de terapia asistido por canes”

La terapia asistida por canes, es una herramienta en donde se utilizan al can, con características especiales; como nexo entre el paciente y el terapeuta. Se basa en la estimulación a través de la interacción humano-animal, y es una muy buena alternativa para un bienestar físico, psicológico y social.

Misión: “Demostrar que los beneficios de la canterapia se obtienen de manera más eficaz que en la terapia convencional; mejorando la calidad de vida de las personas”.

Visión: “Ser pioneros en aplicar y difundir la terapia asistida con canes, brindando una opción de rehabilitación de alta calidad, ética, amable y humana.

Valores:

- Honorabilidad
- Honestidad
- Transparencia
- Eficiencia
- Disciplina
- Lealtad
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compromiso

Nuestro objetivo

Brindarle al paciente, un conocimiento que le permita entender qué implica y qué se afecta al padecer una enfermedad o una condición que vulnera a una persona, y cómo a través de las diferentes técnicas, basadas en el trabajo con perros, se puede mejorar de manera integral la vida de los pacientes.

Competidores principales

Los resultados del estudio de mercado de las encuestas que se realizaron a las personas en general ya los médicos; nos mencionan a algunos centros como son: IESS, Club de Leones y Solca.

- **Competencia Indirecta.-** de acuerdo a las respuestas de las encuestas realizadas tenemos al IESS y Club de Leones considerados como competencia indirecta, puesto que en estos centros las personas tratan sus enfermedades o discapacidades a través de la medicina tradicional que es con medicamentos y consultas a especialistas.
- **Competencia Directa.-** se considera a Solca como competencia directa al ser el único centro mencionado en las respuestas de las encuestas, referente a un lugar en donde se ejecuta la canterapia, y al haber investigado tenemos que existen dos centros más en los que se realiza la canterapia que son: Ángeles en cuatro patas y Petsplaza. Pero a pesar de ser centros en los que tratan a sus pacientes con canes, no son centros que implementan la canterapia, estos centros realizan actividades asistidas con canes que difieren de las terapias asistidas propuestas por el proyecto.

Las actividades asistidas son de carácter lúdico, pueden repetirse para varias personas, no buscan un objetivo en específico para cada sesión, no es necesaria la evaluación posterior y no requiere la presencia del terapeuta. A diferencia de las terapias que deben contar obligatoriamente con los tres puntos siguientes:

- 1) Debe ser dirigida por un profesional de la salud.
- 2) Debe tener unos objetivos específicos, definidos con antelación.
- 3) El progreso debe ser debidamente documentado.

Los centros mencionados anteriormente se los toma en cuenta como competencia directa e indirecta, puesto que se dirigen al mismo segmento de mercado escogido por el proyecto.

2.9.1.4. Análisis FODA del proyecto

El principal objetivo del análisis FODA es encontrar los factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales. Este análisis se basa fundamentalmente en dos pilares que son el interno y el externo, aquí entra en juego la resistencia y el emprendimiento de la empresa. Debiendo así consolidar las fortalezas, minimizar las debilidades, aprovechar las ventajas de las oportunidades y eliminar o reducir las amenazas.

Fortalezas

- Espacios amplios e infraestructura apropiada en función de la demanda.
- Colaboración y asistencia técnica de especialistas y otras instituciones afines.
- Servicio innovador con procesos y procedimientos de calidad.

Debilidades

- Ubicación del centro.
- Gastos administrativos, financieros elevados.
- Precios ligeramente altos en relación a la competencia.

Oportunidades

- Servicio diferenciado.
- La demanda creciente de mercado en cuanto a alternativas de medicina.
- Competidores con productos y servicios deficientes.

Amenazas

- Situación económica y política del país.
- Un nuevo competidor en el mercado.
- La continúa oferta que tienen las empresas debido a su crecimiento.

2.9.1.4.1. Matrices EFE - EFI

Al realizar una auditoría de la administración estratégica se debe establecer las matrices EFE y EFI. Las cuales ayudarán a resumir y evaluar factores internos y externos que nos servirán para formular estrategias que ayuden al desarrollo del negocio.

Matriz EFE
Cuadro No 30

	Factores externos clave	Peso	Calificación	Peso ponderado
	Oportunidades			
1.	Servicio diferenciado.	0.20	4	0.80
2.	La demanda creciente de mercado en cuanto a alternativas de medicina.	0.17	3	0.51
3.	Competidores con productos y servicios deficientes.	0.20	4	0.80
	Amenazas			
1.	Situación económica y política del país.	0.11	2	0.22
2.	Un nuevo competidor en el mercado.	0.17	3	0.51
3.	La continúa oferta que tienen las empresas debido a su crecimiento.	0.15	3	0.45
	TOTAL	1.00		3.29

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Tomando en cuenta que la mayor calificación que se obtuvo en el análisis es 4 y el resultado del peso ponderado correspondió a 3.29, esto indica que la empresa está en condiciones de afrontar el medio ambiente de manera adecuada, utilizando las oportunidades para enfrentar las amenazas.

Matriz EFI
Cuadro No 31

	Factores internos clave	Peso	Calificación	Peso ponderado
	Fortalezas			
1.	Espacios amplios e infraestructura apropiada en función de la demanda.	0.20	4	0.80
2.	Colaboración y asistencia técnica de especialistas y otras instituciones afines.	0.18	3	0.54
3.	Servicio innovador con procesos y procedimientos de calidad.	0.20	4	0.80
	Debilidades			
1.	Ubicación del centro	0.10	1	0.10
2.	Gastos administrativos, financieros elevados.	0.15	2	0.30
3.	Precios ligeramente altos en relación a la competencia.	0.17	2	0.34
	TOTAL	1.00		2.88

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El resultado obtenido de 2.88 muestra que la empresa tiene una posición interna fuerte y que está en condiciones de afrontar el medio ambiente de manera adecuada, utilizando las fortalezas para enfrentar las debilidades.

2.9.1.4.2. FODA cruzado

Ésta matriz considera los elementos más relevantes de las matrices EFE y EFI, construyendo así cursos de acción a seguir, que permite a la Dirección desarrollar las estrategias más idóneas con el fin de lograr una ventaja competitiva sostenible.

Cuadro No 32

		Fortalezas			Debilidades
		1. Espacios amplios e infraestructura apropiada en función de la demanda.		1.	Ubicación del centro.
		2. Colaboración y asistencia técnica de especialistas y otras instituciones afines.		2.	Gastos administrativos, financieros elevados.
		3. Servicio innovador con procesos y procedimientos de calidad.		3.	Precios ligeramente altos en relación a la competencia.
Oportunidades		Estrategias - FO		Estrategias - DO	
1.	Servicio diferenciado.		Aprovechar la demanda creciente de la medicina alternativa para enfocarlos y ocuparlos con los espacios e infraestructura del centro (F1;O2)		Aprovechar la ubicación del centro para impartir un servicio diferente al de la competencia (D1;O1)
2.	La demanda creciente de mercado en cuanto a alternativas de medicina.		Dar a conocer las diferencias del servicio, presentando sus beneficios explicado e impartido a través del personal calificado (F2;O1)		
3.	Competidores con productos y servicios deficientes.		Aprovechar las deficiencias de la competencia, presentado un servicio innovador y de calidad (F3;O3)		Utilizar el servicio diferenciado para presentar las mejoras e innovaciones del servicio y así precios mayores a la competencia (O1;D3)
Amenazas		Estrategias - FA		Estrategias - DA	
1.	Situación económica y política del país.				
2.	Un nuevo competidor en el mercado.		Al tener un servicio innovador limitamos a los nuevos competidores el ingreso al mercado y captar nuestro segmento (F3;A2)		
3.	La continúa oferta que tienen las empresas debido a su crecimiento.		Trabajar con personal calificado asistido por especialistas, brindando un servicio de calidad obteniendo así nuevos clientes (F2;A3)		La ubicación del centro sumándole el valor agregado brindándole apoyo a los pacientes en sus tratamientos, frenara las ofertas de las empresas (D1;A3)

Fuente: De la autora
Elaborado por: Carolina Cadena P.

2.9.2. Objetivos de marketing

- Posicionar al centro de terapia asistido por canes, obteniendo una participación de mercado en un 5% el primer año de funcionamiento.
- Incrementar la demanda en un 10% dentro de los primeros 5 años.

2.9.3. Segmentación de mercado

Es el procedimiento de “dividir un mercado en grupos de compradores que, tienen necesidades, características o comportamientos bien definidos, y que podrían requerir de productos o mezclas de marketing distintos”.¹³

Para la cobertura de mercado objetivo se implementará una estrategia de segmentación concentrada, es decir centrarnos en el grupo de niños, jóvenes y adultos mayores que padezcan algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad. Para esto detectaremos los gustos y preferencias del grupo objetivo, teniendo un mayor conocimiento sobre sus dolencias y tipos de tratamiento que conjuntamente con la canterapia obtengan resultados más eficaces; así poder tener mayores ventajas en comparación con la competencia y lograr una mayor participación en el mercado.

La estrategia concentrada logrará una segmentación efectiva, ya que cumple con los siguientes requisitos:

- **Medible.-** el tamaño, poder adquisitivo y características del segmento pueden ser medidos y comprobados; como el tipo de enfermedad o discapacidad, el porcentaje de personas que conforman el grupo objetivo, los ingresos de los mismos, entre otros.
- **Sustancial.-** el segmento es lo suficientemente grande y rentable, por lo que vale la pena atenderlo. Es un segmento en crecimiento sea por la carnetización

¹³ KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary; Fundamentos de marketing; Person Educación; México, 2003; Pág. 5

que ofrece el CONADIS en el caso de las personas con discapacidad, y los avances tecnológicos en cuanto a la detección temprana de enfermedades.

- **Accesible.-** se logra alcanzar el segmento y atenderlo con eficacia. Por el personal especializado y los tipos de terapia.
- **Diferenciable.-** el segmento es distinguible.
- **Procesable.-** se puede atraer y atender al segmento en cuestión, de forma competitiva y rentable. Por las diferentes terapias diseñadas para cada tipo de enfermedad o discapacidad. Tomando en cuenta los costos competitivos en comparación con el mercado.

Con lo expuesto anteriormente se ha decidido enfocar todos los esfuerzos de marketing con la siguiente:

Segmentación:

- **Geográfica:** Distrito Metropolitano de Quito
- **Demográfica:** niños, jóvenes y adultos mayores con sus rangos de edad respectivos.
- **Psicográfica:** un nivel socio-económico medio, medio alto y alto.
- **Conductual:** personas que padezcan algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad, que buscan nuevas alternativas que le ayuden a sobrellevar su enfermedad. Capaces de adaptarse al cambio y tomarlo de la mejor manera.

El centro de terapia asistida por canes se basa en la innovación y diferenciación del servicio siendo esta su ventaja competitiva, importante y distintiva, frente a sus competidores; adicionalmente el segmento meta al que se enfocarán todos los esfuerzos de marketing será con una estrategia competitiva genérica, de acuerdo a Michael Porter, será la de liderazgo enfocado en diferenciación.

La estrategia de penetración en el mercado será la de ataque lateral con precios que se encuentren dentro del mercado pero que generen una percepción de alta calidad.

2.9.4. Posicionamiento

El posicionamiento consiste en lograr que un “producto” sea este un bien, servicio, empresa, organización o incluso una persona ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en la mente de los consumidores meta, en relación con la competencia. Para que así puedan los consumidores definir al producto y/o servicio con base en sus atributos importantes.

Es importante que si una compañía posiciona el producto y/o servicio como uno que ofrece un valor mayor, entonces debe proporcionarlo. Por lo expuesto, el posicionamiento efectivo se inicia diferenciando realmente la oferta de marketing de la empresa, de manera que ponga a disposición de los consumidores un valor mayor del que ofrece la competencia, tomando medidas enérgicas para proporcionar y comunicar esa posición a los clientes meta. Para esto todo el programa de marketing de la empresa debe respaldar la estrategia de posicionamiento elegida.

Tipos de posicionamiento

1. En base a precio/calidad.
2. Con respecto al uso.
3. Orientado al usuario.
4. Por el estilo de vida.
5. Posicionamiento con relación a la competencia.

Las opiniones, intereses y actitudes de los consumidores permiten desarrollar una estrategia de posicionamiento orientada hacia su estilo de vida generando valor para el cliente. Pero hay que tomar en cuenta que hoy en día hay más formas de posicionamiento no solo en la mente sino en el corazón del consumidor, y también en la elección. Es por esto que hay que poner todos los esfuerzos de marketing en que los productos y/o servicios sean top of mind, top of share, top of heart; en la mayoría de los casos pueden ser uno o dos pero lo ideal sería que la marca sea los tres.

2.9.5. Estrategias de la mezcla de marketing

2.9.5.1. Servicio

Al ser el servicio una actividad básicamente intangible, lo que se desea es que las personas obtengan beneficios efectivos a través de experiencias memorables, mientras que los servicios son externos las experiencias son personales y tiene lugar en su mente individualmente.

El servicio que el centro de terapia asistido por canes va a ofrecer a los pacientes será diferente e innovador, ya que contarán con tres factores imprescindibles como son: personal especializado, objetivos prediseñados y resultados evaluados y registrados; obteniendo así una relación perfecta entre terapeuta, guía canino, co-terapeuta y paciente en cada sesión. Los pacientes estarán acompañados de un ambiente agradable y de un equipo multidisciplinario conformado por especialistas como psicólogos (terapeuta), adiestradores profesionales, guía canino, co-terapeuta (perro seleccionado); mientras se encuentran disfrutando de sus terapias junto a los canes.

a) Nombre: “Patitas”

Patitas tiene su referente a los animales, al ser los canes los principales actores del centro se ha optado porque esta parte de ellos sea de donde nace el nombre del centro y como ellos proporcionan todo su amor y cariño al ayudar a los pacientes en sus terapias, es lo que da como resultado el nombre PATITAS.

b) Logo:



c) Característica y beneficios del servicio:

La principal característica del centro es promover la calidad de vida de los participantes a través de la experiencia interactiva con los canes, con el fin de estimular lo social, cognitivo, afectivo y físico.

Beneficios Psicológicos- Sociales-Cognitivos:

1. Incrementa su autoestima, autoconcepto, autoeficacia y autocontrol.
2. Aumenta la tolerancia a la frustración, incrementado valores como la perseverancia y la disciplina.
3. Fomenta la expresión adecuada de sentimientos, a través de la psicoterapia apoyada en la herramienta de la terapia asistida con canes.
4. Detecta e interviene en problemas de comportamiento, como negativismo, impulsividad, dificultad para asumir reglas, entre otros.
5. Brinda apoyo en situaciones difíciles como duelos, divorcio de los padres o situaciones traumáticas.
6. Incrementa atención, concentración, memoria, habituación, seguimiento de instrucciones, motivación y percepción. Así mismo, procesos de pensamiento complejos.

Beneficios Físicos:

1. Promueve la apertura de los sentidos.
2. Mejora las destrezas motoras, la coordinación, la flexibilidad, el equilibrio, la fuerza, la velocidad y la precisión.
3. Promueve la actividad física y los hábitos de vida saludable.
4. Incrementa la respuesta inmunológica y la sensación de bienestar.

d) Servicios que ofrece:

- Visitas periódicas bien sean domiciliarias (ancianos, enfermos crónicos, discapacitados) o institucionales (geriátricos, hospitales, psiquiátricos, centros de

rehabilitación, instituciones penitenciarias, centros de educación especial, centros de acogida), basados en la interacción con los animales y la naturaleza.

- Terapia Individual y colectiva.
- Patología y protocolos de intervención a personas con:
 - Síndrome de Down
 - Parálisis cerebral
 - Retardo mental
 - Autismo Rett y Asperger
 - Distrofia muscular de Duchenne
 - Esclerosis
 - Estimulación temprana
 - Trastornos mentales
 - Fobias, Trastorno de pánico
 - Abordaje psicológico familiar frente a la enfermedad
 - Trastornos del aprendizaje
 - Esquizofrenia, psicosis y demencias
 - Parkinson, Tercera edad
 - Rehabilitación de infractores de la ley
 - Víctimas de maltrato y/o abuso sexual
 - Estrés postraumático
 - Depresión
 - Paciente amputado por situaciones violentas
 - Enfermedad crónica y terminal
 - Pacientes amputados por situaciones médicas
 - Pacientes hospitalizados
 - Trastornos de la alimentación

2.9.5.2. Precio

El centro de canterapia aplicará una estrategia de precios diferenciados con relación a la competencia es decir todos los centros y profesionales de la salud que traten a los

diferentes tipos de enfermedades crónicas o discapacidades. Específicamente optara por la estrategia de precios profesionales la cual se utiliza por médicos, este se trata de poner un precio estandarizado a la terapia con independencia del tiempo que tarden en prestar el servicio y tener las mejorías del paciente.

Los precios de los servicios del centro de terapia asistida por canes se los estimará en base al costo de terapia que el paciente requiera según la enfermedad o discapacidad que el mismo posea. Estos precios estarán basados en una coherencia entre las expectativas del mercado acerca del precio de la competencia y el comportamiento y capacidad de compra de los consumidores.

Tendrá un precio competitivo y accesible a todo el público tomando en cuenta los gastos extras que de por si ya poseen los pacientes como la consulta con el médico especialista y la compra de medicamentos para el tratamiento de las enfermedades crónicas y/o discapacidades que padezcan.

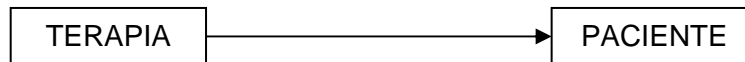
Ha sido esencial comprender la estructura de los costos, la rentabilidad y el margen de contribución para fijar el precio de cada terapia, mismo propuesto con miras a cubrir los costos y gastos que genera cada una más un margen de utilidad que nos permita competir sin afectar la demanda potencial, el detalle de estos se encontrará dentro del capítulo financiero.

2.9.5.3. Plaza

Plaza o canales de distribución son conjuntos de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner a disposición de los consumidores un bien o servicio para su uso o adquisición. El fabricante y el consumidor final son partes integrantes de cualquier canal, en el caso de marketing directo son los únicos integrantes.

Al tener canales directos las empresas mantienen el control del canal teniendo la posibilidad de generar campañas de promoción y publicidad más agresivas basadas únicamente en los deseos y percepciones del segmento objetivo, haciendo su estrategia de pull más efectiva y obteniendo una retroalimentación directa desde los

consumidores. Por lo expuesto el centro manejará una distribución directa que permitirá llevar el servicio hacia los pacientes, por lo que las terapias se ofrecerán en un centro en donde se preparan las actividades a realizar con el fin de acuerdo a la enfermedad y/o discapacidad que el paciente padezca.



2.9.5.4. Mezcla Promocional

La promoción es el medio de comunicación por el cuál el centro de terapia asistido por canes, podrá convencer y recordar, directa o indirectamente sus servicios a los pacientes. En cierto modo se podrá decir que la comunicación de la promoción representa la voz de la marca; posibilidad al dialogo y la creación de relaciones con el consumidor. La promoción desempeñará varias funciones, para los consumidores quienes, a partir de ellas, reciben información del centro sobre cómo y por qué del servicio, quiénes lo utilizarán, dónde y cuándo. Además también se enterarán quien produce el servicio, cual es el significado de la marca y la empresa. La comunicación de marketing permitirá a la empresa vincular su marca con los pacientes lo cuál les hará recordar y transmitir la imagen de la marca.

Para lograr las metas promocionales que se traducen en conseguir la compra del bien o servicio y la satisfacción del cliente, existe un modelo que se conoce como el concepto de AIDA, sus siglas significan: Atención, Interés, Deseo y Acción, el mismo propone que los consumidores respondan a los mensajes de marketing en una secuencia cognitiva, afectiva y conductual, bases que servirán para escoger la mezcla promocional más adecuada.

Tomando en cuenta que este tipo de servicio no es muy conocido en el mercado, requerirá de diversos métodos de promoción, con la finalidad de difundir la canterapia para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que tienen algún tipo de discapacidad o enfermedad crónica; para así en el futuro poder obtener un

posicionamiento en el mercado. La mezcla promocional que utilizará el centro será la siguiente:

Publicidad.- el centro utilizará la publicidad con el objetivo de crear imagen a largo plazo, generando rentabilidad para la empresa. El centro se preocupa por mostrar situaciones reales que se identifican con las personas que tienen algún tipo de discapacidad y/o enfermedad y necesitan de apoyo para afrontar esta situación.

Slogan:



Publicidad informativa.- crear conciencia de marca y dar a conocer la canterapia con sus características y beneficios.

Publicidad persuasiva.- se trata de generar afinidad, preferencia, convicción y adquisición del servicio. Se elaborará una publicidad comparativa que le permita reflexionar sobre los beneficios de la terapia impartida por los canes y como estos proporcionan una mejor calidad de vida para las personas. Publicidad nos presentará resultados cuando genera motivaciones cognoscitivas y afectivas al mismo tiempo.

- Una de las estrategias más importantes a utilizar es la organización de charlas en centros y hospitales de la ciudad de Quito, por lo que en este nicho se encuentra el segmento de mercado más importante para el centro de canterapia. El material audiovisual que se presentará son videos informativos, educativos y persuasivos que le permita tomar la decisión de acudir al centro para obtener los beneficios que proporcionan

los canes y mejorar la calidad de vida de las personas que padecen algún tipo de enfermedad y/o discapacidad.

Publicidad en ATL y BTL.- se recurrirá a medios de comunicación masiva y los no tradicionales.

- **Revistas.-** se dará a conocer el centro a través de revistas especializadas que apuntan al segmento de los médicos especialistas que tratan al target, y en la revista “FAMILIA” de mayor circulación con un formato y contenido que apoyan al segmento objetivo. Se han presupuestado 11 avisos al año, los mismos tendrán un formato de un cuarto de página, se han enfocado la mayor cantidad de avisos en el primer mes debido a la inauguración del centro. (Diseño en anexo 3).
- **Tríptico.-** para generar una mejor comunicación y recordación se realizará una activación con trípticos que incluyan información sobre la canterapia y sus beneficios (diseño anexo 4), entregándolos en los consultorios de los médicos especialistas y en centros donde se impartan terapias convencionales con el fin de captar al mercado objetivo.

Relaciones públicas.- estas abarcan una variedad de programas diseñados para promover los beneficios de la canterapia, presentando la información de la forma más positiva posible. Para quienes evitan los anuncios, se enviará el mensaje del centro de canterapia como una noticia, creando una buena imagen y obteniendo una publicidad favorable para el centro.

Con lo que respecta a las relaciones públicas para el centro de canterapia, se emplearán:

- Convenios corporativos con empresas.
- Auspiciante de eventos.
- Trabajos en conjunto con los medios de comunicación por ejemplo:

Televisión.- el centro de terapia se pretende proyectar presentado un reportaje especial en el cual se refleje cuales son los beneficios de la canterapia y como estos ayudan a los pacientes en tener una mejor calidad de vida. Estos reportajes se lo presentarán en el Canal 4 (Teleamazonas) en el programa “30 minutos plus” y en el Canal 8 (Ecuavisa) en el programa “La Televisión”. El objetivo principal de esta publicidad especial es dar a conocer que la canterapia obtiene beneficios más rápidos que la terapia convencional y los medicamentos.

Marketing directo.- consiste en remitir los mensajes publicitarios del servicio por medio del correo directo y el diseño de un sitio web.

- **Correo directo.-** se enviará un anuncio del servicio en donde se pondrá énfasis en los beneficios de la canterapia. Gracias a un listado selectivo que contiene el dato de los potenciales consumidores. Este correo será de gran aceptación puesto que permitirá reflexionar la importancia y el mejoramiento en la calidad de vida de los pacientes. Antes de aplicar esta promoción se debe filtrar bien la base para detectar a los consumidores con el perfil más adecuado que podrían estar interesados en la oferta.
- **El diseño de un sitio web.-** se realizará un sitio web que resulte atractivo a primera vista y suficientemente interesante para incentivar a los navegantes a visitarlo.
- **Anuncios y promociones on-line.-** se publicará por internet, el medio de comunicación masivo hoy en día por gran cantidad de consumidores y el más económico para dar a conocer todos los beneficios que ofrece el centro; este será publicado por medio de banners en los sitios web más visitados cada vez que ellos hagan clic.

PRESUPUESTO PARA EL PLAN PROMOCIONAL

Para el lanzamiento al mercado del centro de terapia asistido por canes es necesario contar con un presupuesto considerable para cubrir todas las estrategias que se pretende realizar para el lanzamiento al mercado de este centro.

A continuación se detallan cuales son los costos que tendrá que asumir el centro para la realización del plan de promoción.

Cuadro No 33

MATERIAL PROMOCIONAL / MEDIO	LUGAR	CANTIDAD	DURACION	COSTO	TOTAL
Publicación en revistas	Especializadas y Familia	11 c/u		45.00	495.00
Trípticos informativos		1000		0.25	250.00
Banners en sitios web	Google, Facebook, Twitter, etc.			200.00	200.00
Creación de pagina web				100.00	100.00
				Subtotal	1045.00
				Imprevistos 2%	20.90
				TOTAL DE PLAN DE PROMOCIÓN	1065.90

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

CRONOGRAMA DE TRABAJO PARA EL PLAN PROMOCIONAL

Para el fiel cumplimiento de todas las actividades promocionales que se pretende realizar dentro de un periodo determinado para que el centro de terapia asistida por canes se posicione en el mercado, se debe proceder a la elaboración de un cronograma de trabajo bien distribuido, en donde se pueda reflejar cual es el tiempo que va a durar una x promoción. Teniendo como objetivo la economización de tiempo y el fiel cumplimiento de cada objetivo de la promoción.

Cuadro No 34

#	SEMANA	ACTIVIDAD	MESES DE TRABAJO											
			Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb
1	2	Presentación del programa especial por tv		x										
2	4	Presentación del 2do programa especial por tv				x								
3	1	Publicidad en revistas especializadas y Familia	x	x	x		X	x	x		x	x	x	
4	2,3,4	Conferencias en centros y hospitales			x			x			x			x
5	2,3	Publicación de banners en la web		x	x	x			x	x	x			x

Fuente: De la autora

Elaborado por: Carolina Cadena P.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

Los objetivos para realizar el estudio técnico del proyecto son los siguientes:

- Establecer la posibilidad técnica de la fabricación del servicio.
- Analizar el tamaño óptimo, la localización del negocio, los equipos, las instalaciones y la organización.
- Conocer el aspecto legal estableciendo las entidades que se encuentran relacionadas, y las leyes que permitirán la operación normal del establecimiento.

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El centro del proyecto, será una empresa que brindará terapias y actividades a personas que padecen de algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad; acompañado de profesionales de prestigio, buen servicio y excelente calidad.

Para fijar el tamaño óptimo del proyecto en el cual se lleven a cabo las operaciones eficientemente, se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

“Siempre que se analice la capacidad de producción de los bienes y servicios, es indispensable diferenciar entre la capacidad teórica y la capacidad real del proyecto.”¹⁴

En lo que respecta a la capacidad de la planta, el tamaño desde el punto de vista económico va a presentar un mayor rendimiento financiero; mientras que desde el punto de vista físico, es donde existe mayor producción en un tiempo determinado.

¹⁴ BARRENO Luis; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 57

3.2. FACTORES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

La empresa empezará a atender a 4.320 pacientes que ingresen al centro por discapacidad y/o enfermedad crónica, durante el primer año, atendiendo así a 12 pacientes diarios durante los 360 días al año en turnos de 8 horas. Aprovechando el 67% de la capacidad instalada. Para así poder ir incrementando el número de atenciones a los pacientes y poder aprovechar cada vez más la capacidad instalada del centro.

Las sesiones de tratamiento tendrán un tiempo determinado de 45 minutos por día, se debe tener presente que el número de sesiones estará a cargo del terapeuta con el propósito de establecer los niveles de evolución del paciente. Conjuntamente con él estará el guía canino y el co-terapeuta (can) quienes intervienen directamente en la caniterapia; logrando así una operación efectiva en el centro.

Los factores que se tomaron en cuenta para establecer el tamaño propuesto del proyecto del centro de terapia asistido por canes se detallan a continuación:

3.2.1. Demanda

“La demanda es uno de los factores más importantes para limitar el tamaño de un proyecto. Para que el tamaño del proyecto propuesto sea aceptado, es necesario que la demanda insatisfecha sea ampliamente superior al mismo, pero si el tamaño propuesto fuese igual o superior a la demanda, no es factible la ejecución del proyecto, ya que el riesgo sería demasiado alto”.¹⁵

Del total de personas de la ciudad de Quito que padecen algún tipo de enfermedad crónica y/o discapacidad, el 80% estarían dispuestos a visitar el lugar donde se imparte la terapia por canes; el centro tiene la capacidad de atender a un 3% de esta demanda, la cual está dispuesta a probar una nueva alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida.

¹⁵ BARRENO Luis; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 58

3.2.2. Suministros e insumos

Para el abastecimiento de los insumos que se requerirán para el funcionamiento del centro de terapia asistido por canes, se acudirá a proveedores como Pet shop; los cuales garantizarán la entrega de los productos oportunamente de acuerdo a la cantidad requerida y manteniendo la calidad, la cual se verá reflejada en los canes en el comportamiento y como estos realicen las terapias.

3.2.3. Financiamiento

Para el funcionamiento del proyecto, el financiamiento es un factor indispensable el cual nos permitirá atender a las necesidades de inversión del centro de terapia asistido por canes; razón por la cual se los podrá ejecutar mediante la utilización de recursos propios y recursos ajenos.

3.2.4. Organización

La organización requerida para el centro de terapia es acorde a la infraestructura e ingeniería del proyecto.

3.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuya en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad (criterio privado) sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.¹⁶

Mediante el análisis de la localización del proyecto, se pretenderá establecer el lugar más idóneo para la ubicación del centro de terapia asistido por canes, en el cual se desarrollarán actividades que permitirán obtener una mayor rentabilidad.

¹⁶ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 98.

3.4. MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización “permitirá a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, al eliminar los sectores geográficos que no respondan a las condiciones requeridas por el proyecto”.¹⁷

En lo que respecta a la macro localización se han tomado en cuenta varios factores como:

- **Factores geográficos.**- zona del país, vías de acceso, niveles de contaminación, entre otros.
- **Factores institucionales.**- estrategias de crecimiento y desarrollo institucional.
- **Factores sociales.**- adaptación del proyecto a la comunidad, facilidades culturales.
- **Factores económicos.**- costo de mano de obra, materias primas, servicios básicos.

Con lo expuesto anteriormente la macro localización del centro de terapia estará dada la siguiente manera:

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Pichincha
- **Cantón:** Quito
- **Parroquia:** Calderón
- **Sector:** San Francisco de Oyacoto
- **Localización:** al nororiente de Quito
- **Altitud:** 2.659 m.s.n.m
- **Clima:** cálido-seco

¹⁷ CHAIN Sapag; Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos; Pág. 161.

3.5. MICRO LOCALIZACIÓN

Para detallar los aspectos más relevantes para la ubicación del centro las mencionaremos a continuación:

- Las líneas de transporte principal en el acceso al centro de cantería, se lo hará por medio de vehículos particulares, por medio del servicio de taxis, o en el caso que deseen pueden usar buses.
- En un rango de 15 Km. a la redonda disponibilidad de restaurantes o salones de comida rápida.
- La construcción se encuentra aprobada por el Municipio del Distrito Metropolitano y no está afectada por ninguna planificación provincial.
- Se establecerá en el sector residencial urbano-rural, por tal motivo se encuentra aislada del sector industrial con el fin de generar un tratamiento sano y natural en el mejoramiento de la calidad de vida de los pacientes.
- Se considera al norte de la capital en la calle 4 de Octubre sector de San Francisco de Oyacoto por la donación del terreno de uno de los accionistas, por su índice delictivo y la infraestructura de ocupación de la vía pública como estacionamientos, a más que cuenta con todos los servicios básicos, servicio regular de transporte público, entre otros. (Mapa del sector en el anexo 5)

La micro localización del proyecto comienza en la parroquia de Calderón que tiene un área de 7.890 ha., se encuentra ubicada a 15 Km. al noreste del Distrito Metropolitano de San Francisco de Quito, tiene una alta densidad poblacional aproximada de 250.000 personas, ya que es una de los valles donde puede crecer y expandirse la Ciudad Capital del Ecuador, tiene una altura de 2.659 metros s.n.m. con un clima agradable cálido seco, las Parroquias colindantes son: Norte: San Antonio de Pichincha. Sur: Llano Chico y Zámbriza; Este: Guayllabamba, Tababela y Puembo Oeste: Cotacollao y Pomasqui.

Calderón por su ubicación estratégica cuenta con una red vial de fácil acceso que permite la conectividad con todo el Distrito: La vía Panamericana, que es la puerta de ingreso a la Ciudad y que relaciona a Calderón con el norte y el occidente de Quito. La

avenida Simón Bolívar que conecta a Calderón con otros valles de Quito y con la parte norte, centro y sur de la ciudad. Vía a Pomasqui conecta a Calderón con las parroquias del Noroccidente.

El centro de cantería se localizará en el sector norte de la ciudad de Quito, en la parroquia de Calderón exactamente en el sector de San Francisco de Oyacoto; ya que es un lugar de acelerada expansión. Tomando en cuenta que en este sitio existe la ausencia de competidores con características similares en el área de influencia del centro.

Entre las riquezas que posee Oyacoto se encuentran las siguientes:

- Su principal recurso es el saludable clima cálido seco que posee, pues es de gran beneficio para la salud, además de su tranquilidad y sosiego durante la terapia.
- Posee un ambiente en su gran mayoría sin contaminación, ya que no existe mucho tránsito vehicular por el lugar.
- La existencia de rutas ecológicas, miradores naturales con gran contenido histórico y diversidad de flora y fauna; reúne características que van ayudar al paciente a sobrellevar con éxito su terapia.

3.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para llevar a cabo la ingeniería del proyecto, se establecerá la infraestructura necesaria, la cual es muy sencilla y se basará en elementos naturales y adecuaciones requeridas, en donde los pacientes podrán desarrollar exitosamente sus terapias; para el funcionamiento del centro se implementará el equipo adecuado, muebles y enseres, baños y parqueadero; a fin de que se puedan desarrollar las actividades sin ningún contratiempo. Los colores a utilizar también serán considerados ya que juegan un papel de vital importancia en el ambiente que se quiere dar al centro.

3.6.1. Infraestructura necesaria para el proyecto

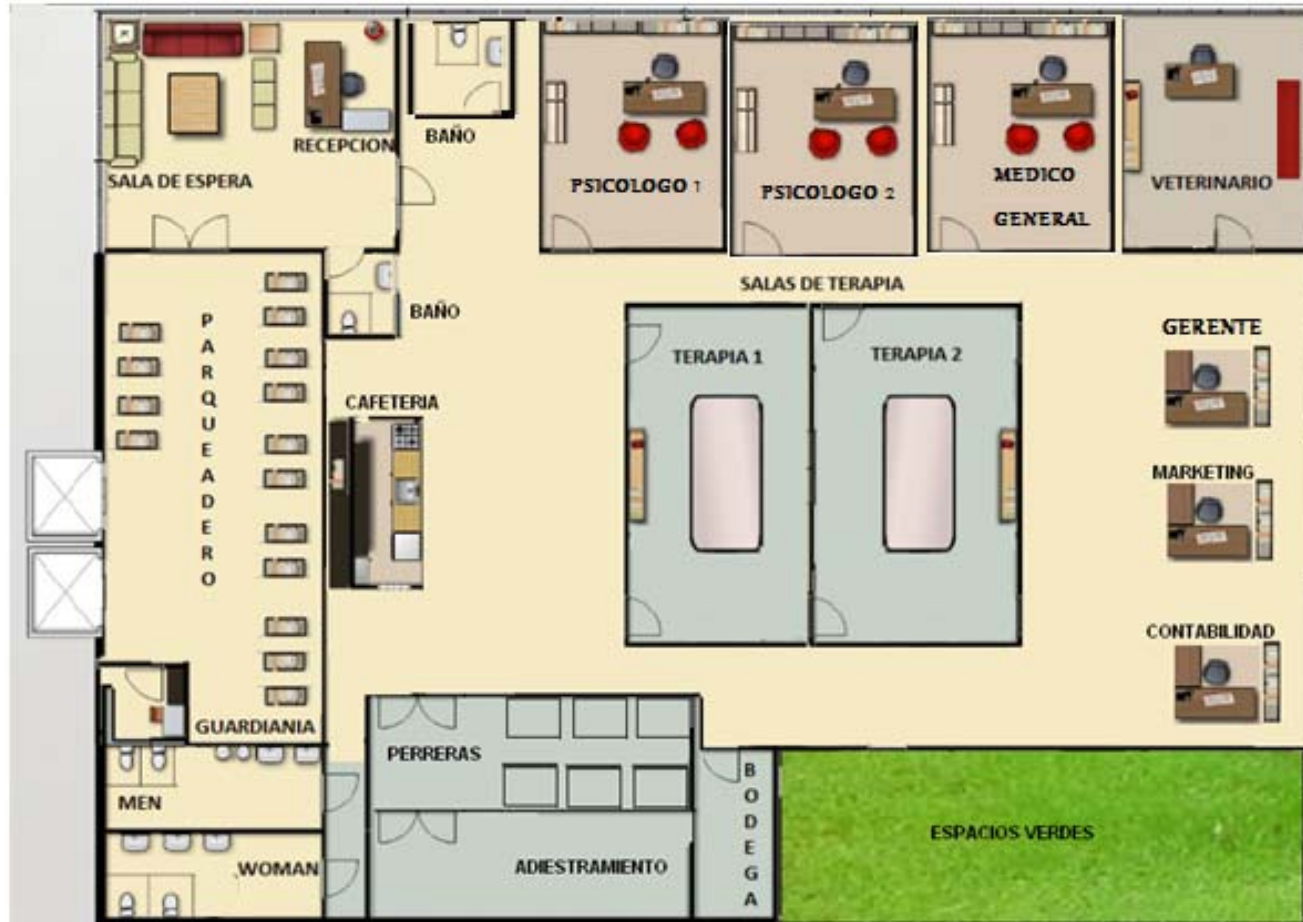
La infraestructura del Centro de Caniterapia estará concebida en función de las necesidades de los pacientes. Ofreciendo amplias y cómodas instalaciones que están distribuidas en adecuadas salas de terapia, además de las áreas destinadas a: gerencia, contabilidad, marketing, consultorios (psicológico, médico, veterinario), recepción, sala de espera, baños, cafetería, bodega, perreras, espacios verdes, guardianía y parqueadero.

3.6.1.1. Infraestructura física

La construcción del centro así como su distribución se realizarán tomando en cuenta las normas de calidad ISO 9000; con respecto al espacio físico adecuado, se ha asignado un total de 23.18 m² para las salas de terapia. Para ello se deberá acoplar al diseño estructural del centro de terapia asistido por canes un área de primeros auxilios (enfermería y veterinaria) el cual funcionará en 14,30 m². A demás cuenta con un área exclusiva para el tránsito peatonal tanto de pacientes y acompañantes como del personal que trabaja en el centro de 7mts de largo por 1,50 de anchura. Las oficinas tendrán un área de 14,44 m², los baños del centro están distribuidos en un área de 13,19 m², con baños que sirve para el uso del personal, a demás un ½ baño para uso exclusivo de los clientes del centro y otro ½ baño para personas con discapacidad. La cafetería contará con un área de 5,18 m² y la bodega de donde se encuentran los suministros (alimento canino, medicamentos veterinarios, implementos de aseo, juguetes, etc.) tiene un espacio de 4,10 m². Para la sala de adiestramiento canino se debe contar con un espacio físico de 25 m² exclusivamente a esto se añade una sala de espera y recepción de 9,05 m², dejando así para los consultorios psicológicos 10,30 m². Adicionalmente se proporciona 4,60 m² para el área de seguridad. El espacio total del área que se deberá ocupar para el funcionamiento del centro es de 98,60 m². Sin contar áreas verdes, perreras y parqueadero que es de 225 m².

Distribución del Centro de Canterapia

Gráfico No 23



Elaborado por: Carolina Cadena P.

3.6.1.2. Muebles y enseres

Los muebles y enseres que se requieren para el centro son: una mesa, dos estantes, una alacena, dos anaqueles, tres sillones, cuatro colchonetas, dos baúles y siete basureros.

3.6.1.3. Equipo de oficina

El equipo de oficina para cada estación de trabajo es de: siete escritorios, siete sillas de oficina, siete sillas de visita, cinco archivadores metálicos de tres gavetas, seis archivadores aéreos y cinco papeleras.

3.6.1.4. Equipo de cómputo

El equipo de cómputo de acuerdo a su personal es de: dos laptops Hp 1101, un computador, una impresora, una impresora – scanner y tres teléfonos.

3.6.1.5. Equipo de cafetería

El equipo de cafetería constaría de: un microondas, un dispensador de agua fría y caliente + nevera, seis tazas, seis platos, seis vasos y seis cucharas.

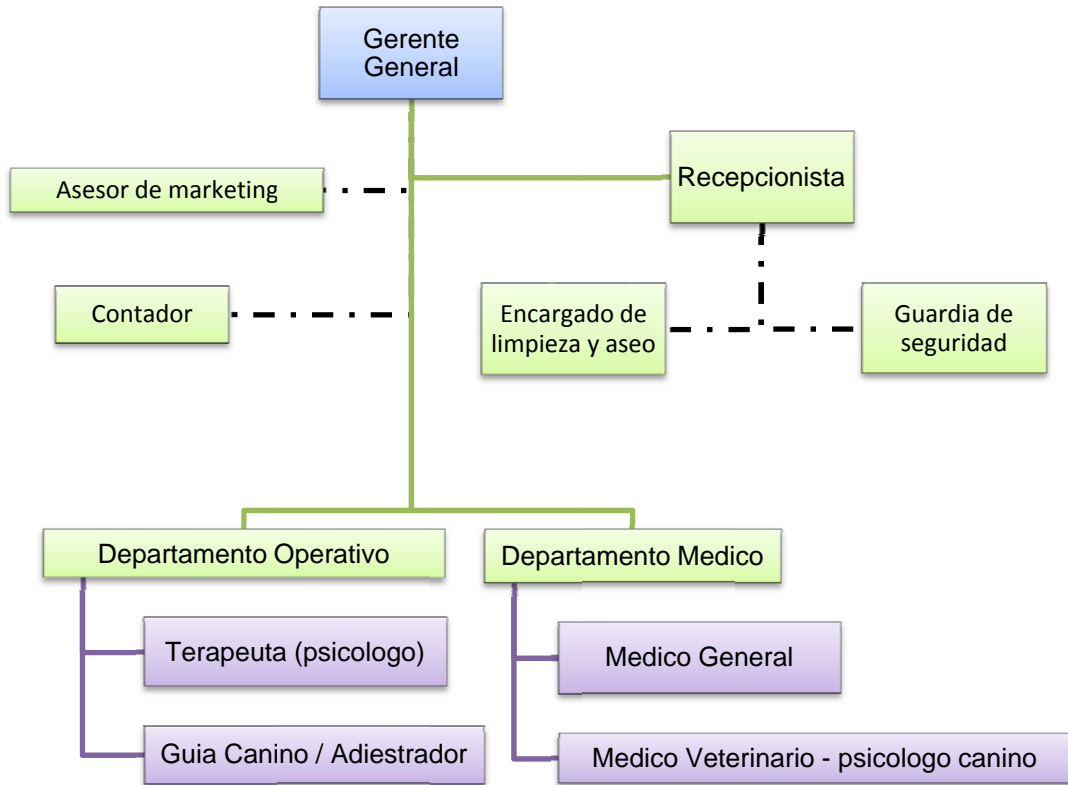
3.6.1.6. Equipo médico

El equipo médico que el centro necesita es de: dos equipos de diagnóstico, instrumentos básicos de SPA, un botiquín de primeros auxilios, un botiquín canino y dos camillas.

3.6.1.7. Equipo para los canes

El equipo para el mantenimiento y vivencia correcta de los canes es de: cuatro casas con sus respectivas camas, una jaula para perro para viajes en auto y para poder transportarlo a diferentes sitios, cuatro platos de agua y comida y un kit de peluquería para mantener el aseo e higiene de los canes.

3.6.1.8. ORGANIGRAMA



3.6.1.9. Estructura administrativa

Organización

En lo que respecta a la organización es necesario conocer la estructura administrativa, y el personal que requerirá el centro de terapia a fin de realizar sus actividades; cabe indicar que el personal deberá capacitarse constantemente para que pueda desempeñarse sin ningún contratiempo en la prestación del servicio, obteniendo un agrado tanto de los pacientes como de los particulares que los acompañan.

La organización esta conformada por:

Cuadro No 35

Personal	Cantidad
Gerente General	1
Asesor de Marketing	1
Contador	1
Terapeuta (psicólogo)	2
Guía canino / Adiestrador	2
Co-terapeuta (perro de terapia)	2
Co-terapeuta (perro de asistencia)	2
Médico General	1
Veterinario	1
Recepcionista	1
Guardia	1
Encargado de aseo y limpieza	1

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El personal será el encargado de efectuar las siguientes funciones:

GERENTE GENERAL

- Es el que se encarga de administrar el centro.
- Toma todo tipo de decisiones para el bienestar del establecimiento.
- Aprueba todo tipo de actividades a realizarse en el centro.
- Controla el trabajo del personal así como el cumplimiento de los objetivos.
- Planifica el crecimiento sostenido del establecimiento.
- Encargado de las actividades de índole legal necesarias para el correcto funcionamiento del establecimiento.
- Coordina, dirige y toma las decisiones en lo que respecta a la mezcla promocional.
- Investiga las necesidades del mercado.
- Define estrategias a seguir para la consecución de las metas planteadas.
- Se encarga de facilitar la capacitación y la motivación a todos los empleados del centro.

ASESOR DE MARKETING

- Encargado de todo lo relacionado a dar a conocer el centro.
- Coordina, dirige y toma las decisiones en lo que respecta a la mezcla promocional.
- Investiga las necesidades del mercado.
- Define estrategias a seguir para la consecución de las metas planteadas.
- Se encarga de facilitar la capacitación y la motivación a todos los empleados del centro.

CONTADOR

- Manejar de manera eficiente las operaciones contables y financieras que ocurren dentro del establecimiento.
- Mantener la contabilidad del establecimiento actualizado, reportar los estados financieros y proporcionar los análisis financieros necesarios para las entidades que se involucran en las actividades: Servicio de Rentas Internas, Municipio de Quito, entre otros.
- Efectuar el presupuesto, balance, cuentas de resultados generales, supervisión general del departamento.

RECEPCIONISTA

- Encargada del cobro a los clientes.
- Emite facturas de acuerdo a las terapias de los pacientes.
- Efectuar el registro, control y archivo de la facturación.
- Verifica, controla y chequea que el manejo de las cuentas estén correctamente realizadas.
- Realiza de manera cuantificada y responsable la dirección, planificación y organización de las fichas, citas y terapias de los pacientes.

PSICÓLOGO (terapeuta)

- Encargado de organizar y supervisar las terapias y actividades designadas para cada paciente. Definiendo así la más adecuada para cada tipo de enfermedad y/o discapacidad.
- Define objetivos que quiere alcanzar con la peculiaridad de cada paciente.
- Planifica las citas y el tiempo para las diferentes terapias de acuerdo al avance de cada paciente.
- Toma datos y mide obligatoriamente la evolución del paciente en cada sesión. Controlando permanentemente el estado del mismo.
- Las mediciones se basan en tangibles como: el ritmo cardiaco, presión arterial, de esta forma se puede constatar si la sesión a logrado tranquilizar o estimular al paciente.
- En ocasiones el paciente solo acepta la presencia del can; tanto el terapeuta como el guía canino deben mantener distancia y dejar trabajar al perro.
- Se centra en las respuestas que recibe del paciente sobre los estímulos que el can provoco en él.

GUÍA CANINO / ADIESTRADOR PROFESIONAL

- Es el encargado de mantener el adiestramiento del can utilizándolo en estrecha colaboración con el terapeuta.
- Determina el tiempo de terapia o asistencia que el can puede proporcionar al paciente.
- Controla el comportamiento de los canes y es consciente en todo momento de las limitaciones de su perro.
- Controla a los canes a través de gestos de tal forma que no interfiere en las sesiones.
- Intercambia información de lo que se va a trabajar con el terapeuta antes de las sesiones de los diferentes pacientes.

- Debe conocer y seleccionar a los canes idóneos que van a ejercer de co-terapeutas para trabajar en las terapias o asistencias.
- Se encarga de su sociabilización, educación y su adiestramiento para las tareas asistidas.
- Realiza un test donde mide su atracción social, su fidelidad, su dominancia-sumisión, su dignidad, su sensibilidad sonora y visual.
- Crea de uno a dos ejercicios personalizados para cada paciente dependiendo de su condición.

MÉDICO GENERAL

- Se encarga de cuidar la salud de los clientes y brindar una oportuna e inmediata intervención en caso de que el paciente lo requiera.

VETERINARIO

- Es el encargado de cuidar la salud y bienestar de los canes, con vacunas y cuidados dependiendo del caso de cada perro cuando este lo requiera.

GUARDIA

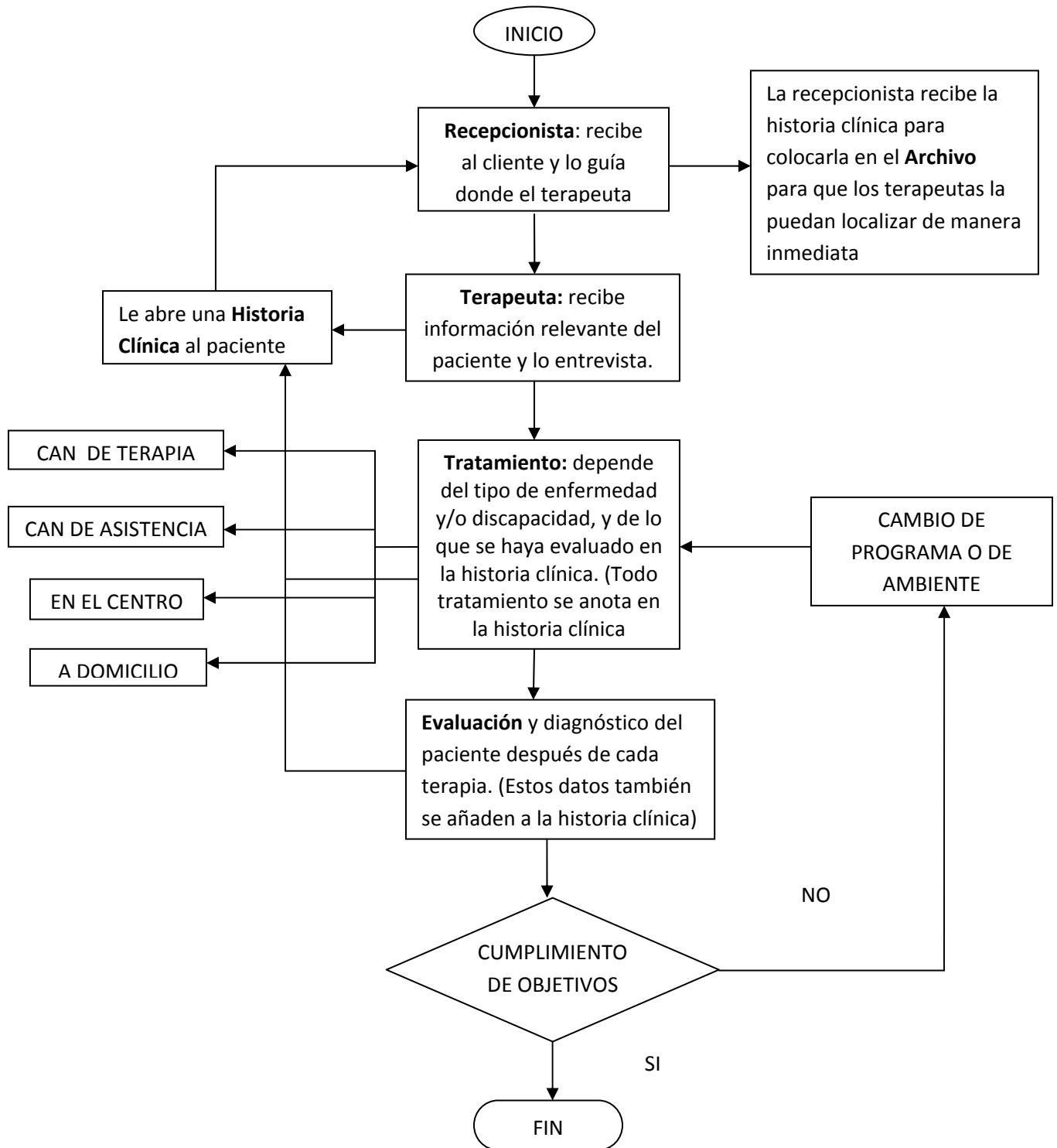
- Vigilancia de los puntos de acceso, así como orientar al público cuando lo necesite.

ENCARGADO DE LIMPIEZA

- Limpieza del centro al igual que las áreas verdes y del cuidado de la imagen del centro en cuanto al orden.
- Provee de café, agua, etc. a los pacientes o al personal que labora en el centro.
- Proporciona el alimento y agua a los canes, así como de su higiene.

3.7. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE LA CANTERAPIA

Gráfico No 24



Elaborado por: Carolina Cadena P.

3.7.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE LA CANTERAPIA

Todo proceso tiene una composición y una descripción detallada, para cada paso desde la llegada del paciente hasta obtener una mejora en la calidad de vida del mismo.

a) Recepcionista

Para establecer el proceso de canterapia se debe partir desde el momento que el paciente ingresa al centro, el cual es atendido por la recepcionista quien guiará al mismo donde el terapeuta. La recepcionista es la encargada de ordenar las historias clínicas, creadas por los terapeutas, en el archivo para ponerlas a disposición de los médicos del centro.

b) Historia clínica de los pacientes del centro en canterapia

En una historia clínica se encuentran todos los datos del paciente; desde su primer diagnóstico sumado al de su médico tratante, como el programa con el cual va a trabajar, el can dirigido a su tratamiento y todas las evaluaciones que tiene después de cada sesión.

c) Terapeuta del centro en canterapia

El psicólogo o terapeuta es quien procede a codificar la información que los pacientes y/o sus familiares o acompañantes traen sobre el diagnóstico que les proporcionó su médico tratante; después se realiza una entrevista directa con el paciente y sus familiares para establecer datos de los gustos y preferencias del mismo, se efectúa una evaluación para constatar el nivel y estado del tipo de enfermedad y/o discapacidad que presenta el paciente, se realiza un diagnóstico y a partir de ese momento se establece el programa de terapia en el cual se establecen los objetivos a los que se considera puede llegar el paciente; con estos se determina el mejor programa de terapias y actividades que van a provocar mayores estímulos y beneficios al paciente, generando así que se

cumplan los objetivos planteados. También se concreta el can que asistirá al paciente con la finalidad de ayudar a mejorar su calidad de vida.

Una vez determinado los objetivos y el programa se establece un cronograma de trabajo en el cual se propone un tiempo a corto, mediano y largo plazo, donde se espera alcanzar las metas.

d) Tratamiento del paciente

Al haber definido la historia clínica y el programa que ejecutará el paciente; se puede dar inicio al tratamiento pero en el caso de que se haya agregado en la historia clínica que al paciente le gustan los carros se procede a desarrollar uno o dos ejercicios a más del programa ya establecido para él, esto vale para tener resultados más rápidos en su mejoría.

Por lo general los canes de terapia y asistencia trabajan en las terapias produciendo el mismo efecto. Pero la única diferencia es que por lo general los canes de asistencia se desenvuelven mejor con personas que tiene discapacidad física, que están en sillas de ruedas o en otros casos, ya que estos les ayudan a abrir cajones, puertas, pasarles las cosas, etc.

El ambiente es otro influyente en la recuperación, muchas veces es preferible comenzar el tratamiento en el domicilio de los pacientes esto les ayuda a desenvolverse para después acudir al centro, o si su enfermedad o discapacidad no le permite se realizan los mismos ejercicios en su casa. O en otros casos puede suceder al contrario se sienten mejor realizando su terapia en el centro que en su domicilio, ya que les brinda mayor seguridad y los estimula a mejorar.

c) Evaluación del paciente

La evaluación del paciente se la realiza al finalizar cada terapia, ahí se puede comprobar si existen avances, cambios, o si requiere añadir nuevas actividades o un cambio del programa establecido y/o de ambiente.

3.8. ASPECTOS LEGALES

Los aspectos legales son necesarios para toda empresa pues es esta quien marca su solidez, confiabilidad y rigidez en su manera de proceder a lo largo de su duración. Estas obligaciones son: SRI, IESS, Superintendencia de Compañías, Municipio de Quito, Bomberos y Dirección Provincial de Salud.

3.9. ENTIDADES RELACIONADAS

Las instituciones que van a permitir que el centro de cantería opere normalmente y pueda realizar sus funciones sin ningún inconveniente son las que se detallan a continuación:

1. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: para la obtención del RUC.

PERSONA NATURAL

- Original y copia, o copia certificadas del poder general o especial en el que conste que el mandatario está facultado plenamente para inscribir, actualizar o cancelar el registro único de contribuyentes del mandante.
- Original y copia de la cédula de identidad del mandatario.
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del mandatario.

PERSONA JURÍDICA

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia, o copia certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad de la persona que realizará el trámite.

2. MUNICIPIO DE QUITO:

- Licencia de funcionamiento.
- Ordenamiento territorial hábitat y vivienda (Anexo 6).

Para adquirir la patente municipal (Anexo 7).

PATENTE PERSONA NATURAL

Para obtener este documento necesita:

- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada de la persona que requiere la misma.
- Formulario de derecho de patente.
- Copia de cada impuesto del predio donde funcionará el local.

PATENTE JURÍDICA NUEVA

Es el requisito a constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

PATENTE JURÍDICA ANTIGUA

- Para obtener este documento se debe cancelar las obligaciones del 2 al 31 de enero de cada año.
- Para declarar el impuesto del 1.5 x 1000, sobre los activos totales;

- Los balances y declaraciones en original y copia presentados en la Superintendencia de Compañías y/o Ministerio de Finanzas.
- La declaración del impuesto del 1.5 x 1000, sobre activos totales presentada al Municipio.
- El formulario correspondiente puede adquirirlo en recaudaciones.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC) actualizado.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Copia del carné del contador, actualizado.
- Copia de la carta de pago del 1.5 x 1000, del año anterior.

3. DIRECCIÓN PROVINCIAL DE PICHINCHA: Requisitos para abrir un centro de terapia y/o rehabilitación.

- Solicitud para permiso de funcionamiento (anexo 8).
- Planilla de inspección.
- Copias de la cédula y certificado de votación del propietario
- Copia del plano de las instalaciones del local.
- Copia del croquis de ubicación del local.
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copia del RUC del establecimiento
- Copia del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

4. INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

- Registro y afiliaciones obligatorias por ley.

OBTENCIÓN DEL NÚMERO PATRONAL

- Solicitud de la clave patronal.

- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal y/o persona autorizada (a color).
- Copia de la última planilla agua, luz o teléfono.
- Copia de RUC.
- Nombramiento del representante legal.

5. CUERPO DE BOMBEROS: requisitos para la licencia de funcionamiento:

- Solicitud de Licencia Metropolitana de Funcionamiento (anexo 9).
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de identidad o ciudadanía del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo.

3.10. LEYES CONEXAS

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA (anexo 10)

Para la constitución del centro de terapia asistido por canes se ha establecido que será una Compañía de Responsabilidad Limitada.

El trámite para la constitución de la compañía estará dado por los siguientes requisitos:

- Oficio dirigido a la Superintendencia de Compañías, pidiendo se autorice o acepte la razón social para constituirse.
- Elaboración de la Minuta ante un abogado.
- Presentación de la Minuta ante la Superintendencia de Compañías para su aprobación.
- Celebrar la Escritura Pública constituida de la compañía.
- Aprobación por la Superintendencia de Compañía, del contrato constituido (escritura).

- Resolución emitida por la Superintendencia de Compañía, en la que resuelve aprobar el contrato constituido y la publicación por la prensa del extracto.
- Inscripción en el Registro Mercantil (previa obtención de la patente).

Características de la Compañía Limitada

Definición

La compañía limitada realiza sus actividades bajo una razón social o denominación objetiva; se le añade las palabras “Compañía Limitada”.

En el caso de utilizar una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Número de socios

La compañía de responsabilidad limitada se contrae entre tres o más personas. En relación al número de personas la compañía no podrá funcionar si sus socios exceden del número de quince.

Contenido de la escritura

1. Nombres, apellidos y estado civil de los socios, de las personas naturales o jurídicas, en los dos casos la nacionalidad y el domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objeto social.
4. Duración de la compañía.
5. Domicilio de la compañía.
6. Importe de capital con la expresión del número de participaciones.
7. Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie.
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización.
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y sustituirla; y,

10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

Objeto social

Tiene como finalidad una Compañía de Responsabilidad Limitada, realizar toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles que sean permitidos por la ley.

Domicilio

El domicilio de la compañía estará en el lugar estipulado en el contrato. Si la compañía tuviere sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares donde funcionen se consideraran como domicilios para efectos judiciales o extrajudiciales.

Capital

El capital estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

El monto mínimo de capital suscrito para una compañía limitada es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especies.

El saldo del capital se podrá integrar en un plazo no mayor de doce meses, y parte desde la fecha de constitución de la compañía.

OBLIGACIONES PATRONALES

- **INSCRIPCIÓN PATRONAL**

Los empleadores o patronos tienen obligaciones legales con sus trabajadores y con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:

El patrono está obligado a solicitar en el IESS el número patronal que es la identificación de empresas públicas y privadas; de empleadores domésticos, artesanos autónomos. El número patronal le sirve al empleador para afiliar a sus trabajadores y realizar los diferentes trámites en el Instituto.

- **INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR**

Los empleadores están obligados a inscribir a sus trabajadores en el IESS desde el primer día de labor, por medio del AVISO DE ENTRADA. (Formularios del IESS); a dar aviso de las salidas, modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales y demás condiciones de trabajo de los asegurados, de acuerdo con los Estatutos y Reglamentos del IESS.

- **REGIMENES DE AFILIACIÓN**

Los afiliados están agrupados en cuatro regímenes de afiliación: El Seguro General Obligatorio; los seguros especiales que comprenden a los del Seguro Social Campesino, a los de la construcción, zafreros y trabajadores contratados por horas; el régimen voluntario; y el régimen adicional o complementarios.

INTENDENCIA DE POLICÍA

Es el órgano encargado de controlar y garantizar el cumplimiento de la Ley del anciano y de discapacidades, e informar a los organismos competentes.

CAPÍTULO IV

INVERSIONES DEL PROYECTO

Mediante el estudio económico la empresa podrá identificar sus necesidades de recursos para el proceso de inversión, para posteriormente obtener los estados e índices financieros para su evaluación, de esta manera se determinará si el proyecto es factible económicamente.

La empresa como se menciona anteriormente podrá controlar, evaluar, conocer la rentabilidad y obtener resultados a futuro con el objetivo principal de manejar adecuadamente el capital para futuras inversiones.

“La inversión Total comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción de capital de trabajo”.¹⁸

Cuadro No 36

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos fijos tangibles	57415.46
Activos diferidos	3684.24
Capital de trabajo	9533.67
INVERSIÓN TOTAL	70633.37

Elaborado por: Carolina Cadena P.

La inversión inicial del proyecto, entre activos y capital de trabajo, asciende a 70633.37 USD, la determinación de las inversiones y el plan de las mismas se encuentran detallados en el anexo 13, la descripción de cada uno de ellos se detallan a continuación:

¹⁸ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 98.

4.1. ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Los activos fijos que la empresa requiere son principalmente sus cuatro áreas definidas como:

- a) Área de oficinas
- b) Área de consultorio
- c) Área de terapia
- d) Área de residencia canina

Para ello la empresa requiere de un local principal en donde funcionará, dicha infraestructura la cuál fue donada para evitar arrendar. Una vez obtenido el espacio físico la empresa debe adecuar el local para su funcionamiento con diferentes equipos, muebles y enseres.

Activos fijos tangibles

Cuadro No 37

Concepto	Valor
Terreno	12495.00
Construcciones	38980.32
Muebles y enseres	1034.28
Equipo de oficina	1601.74
Equipo de cómputo	1213.8
Equipo de cafetería	461.55
Equipo médico	1157.54
Equipo para canes	471.24
Activos Tangibles	57415.46

Elaborado por: Carolina Cadena P.

“Los activos tangibles corresponden todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se requerirá para la transformación de las materias primas e insumos en productos intermedios o finales”.¹⁹

¹⁹ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 88.

Terreno

Cuadro No 38

Concepto	Cantidad m2	V. Unitario	V. Total
Terreno	350	35.00	12250.00
Subtotal			12250.00
Imprevistos 2%			245.00
Total terreno			12495.00

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El terreno consta de 350 m², en el cuál se van a distribuir las diferentes oficinas y espacios para realizar las terapias y atender a los pacientes.

Construcciones

Cuadro No 39

Concepto	Cantidad m ²	V. Unitario	V. Total
Cerramiento	78	14.00	1092.00
Sala de terapia	23.18	300.00	6954.00
Oficinas	14.44	200.00	2888.00
Consultorios psicológico	10.30	200.00	2060.00
Consultorios veterinario	14.30	200.00	2860.00
Guardianía	4.60	200.00	920.00
Sala de espera y recepción	9.05	200.00	1810.00
Baños	13.19	400.00	5276.00
Cafetería	5.18	200.00	1036.00
Bodega	4.10	200.00	820.00
Perreras	50	50.00	2500.00
Sala de adiestramiento	25	50.00	1250.00
Parqueadero	100	50.00	5000.00
Áreas verdes	75	50.00	3750.00
Subtotal			38216.00
Imprevistos 2%			764.32
Total construcciones			38980.32

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Las adecuaciones que se realizarán serán en cada una de las áreas; tendrán sistema eléctrico, agua fría y caliente, y será diseñado tomando en cuenta la comodidad que deberá tener el personal para que pueda desempeñar sus funciones sin ningún contratiempo; contará con servicios higiénicos para hombres, mujeres y personas con capacidades especiales. Las áreas verdes estarán distribuidas para terapia, adiestramiento y perreras.

Muebles y enseres

Cuadro No 40

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Mesa	1	15.00	15.00
Estantes	2	38.00	76.00
Alacena	1	125.00	125.00
Anaqueles	2	30.00	60.00
Sillones	3	89.00	267.00
Colchonetas	4	100.00	400.00
Baúles	2	25.00	50.00
Basureros	7	3.00	21.00
Subtotal			1014.00
Imprevistos 2%			20.28
Total muebles y enseres			1034.28

Elaborado por: Carolina Cadena P.

En los muebles y enseres, se instalará en las salas de terapia colchonetas y baúles para guardar los artículos que ayuden a los pacientes en sus terapias. En la recepción los sillones y la mesa para colocar las revistas; en el consultorio médico y veterinario estarán ubicados los anaqueles, en la cafetería la alacena; y los estantes se encontrarán en la bodega. Se colocarán los basureros en cada estación de trabajo.

Equipo de oficina

Cuadro No 41

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorios	7	46.89	328.23
Sillas de oficina	7	32.75	229.25
Sillas de visita	7	17.95	125.65
Archivadores metálico de 3 gavetas	5	97.84	489.20
Archivadores aéreos	6	63.00	378.00
Papeleras	5	4.00	20.00
Subtotal			1570.33
Imprevistos 2%			31.41
Total equipo de oficina			1601.74

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Los equipos de oficina como escritorios, archivadores, sillas y papeleras serán para uso de las oficinas del personal administrativo, para los consultorios psicológicos y para la recepción.

Equipo de cómputo

Cuadro No 42

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Laptop Hp 1101	2	300	600
Computador	1	220	220
Impresora - scanner	1	150	150
Impresora	1	100	100
Teléfonos	3	40	120
Subtotal			1190
Imprevistos 2%			23.8
Total equipo de cómputo			1213.8

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El equipo de cómputo se constará de: las laptops, un teléfono y la impresora con scanner para el personal administrativo; el teléfono, el computador y la impresora restante será para la recepción la cual facilitará llevar un control efectivo y efectuar los cobros correspondientes.

Equipo de cafetería

Cuadro No 43

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Microondas	1	120.00	120.00
Dispensador de agua fría y caliente + nevera	1	325.00	325.00
Tazas	6	0.38	2.28
Platos	6	0.56	3.36
Vasos	6	0.28	1.68
Cucharas	6	0.03	0.18
Subtotal			452.50
Imprevistos 2%			9.05
Total equipo de cafetería			461.55

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El equipo de cafetería se ha estimado tomando en cuenta los requerimientos del personal, además se ha incorporado utensilios necesarios para su comodidad.

Equipo médico

Cuadro No 44

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Equipo de diagnóstico	2	150.00	300.00
Instrumentos básicos de SPA	2	278.60	557.20
Botiquín de primeros auxilios	1	28.75	28.75
Botiquín canino	1	48.89	48.89
Camilla	2	100.00	200.00
Subtotal			1134.84
Imprevistos 2%			22.70
Total equipo médico			1157.54

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El equipo médico fue pensado para atender en el consultorio del médico general y del veterinario – psicólogo canino, tomando en cuenta que se puede presentar algún imprevisto con un paciente se han incluido instrumentos para atender a los mismos, por lo que se puede atender tanto a las personas como a los canes.

Equipo para canes

Cuadro No 45

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Casa y cama para perro	4	70.00	280.00
Jaulas para perro	1	58.00	58.00
Plato de comida y agua	4	6.50	26.00
Kit de peluquería	1	98.00	98.00
Subtotal			462.00
Imprevistos 2%			9.24
Total equipo para canes			471.24

Elaborado por: Carolina Cadena P.

En lo que respecta al equipo para canes se ha considerado casas, camas, platos de comida y para que beban agua y un kit de peluquería que se utilizarán para la comodidad e higiene de los canes del centro.

4.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos o intangibles son necesarios para el desarrollo del proyecto en este caso se necesita patentes municipales, permisos de funcionamiento, gastos de constitución legal que son necesarios antes de la puesta en marcha de dicho proyecto estudio de factibilidad.

Cuadro No 46

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Constitución legal	1	3200.00	3200.00
Patentes y marcas	1	80.00	80.00
Permiso de funcionamiento	1	320.00	320.00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	1	12.00	12.00
Subtotal			3612.00
Imprevistos 2%			72.24
Total Activos Diferidos			3684.24

Elaborado por: Carolina Cadena P.

4.3. CAPITAL DE TRABAJO

Se refiere a la cantidad de dinero necesaria para sustentar los egresos operativos que el giro de un negocio requiera.

“Es el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes que deberá disponer el inversionista, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación durante un ciclo productivo”.²⁰

Cuadro No 47

Concepto	Valor	Total año	Total mes
Costos directos de operación		31070.16	2589.18
Mano de obra directa	18912.43		
Insumos para canes	866.96		
Gastos de operación			
Mano de obra indirecta	11234.89		
Seguro de maquinaria	55.64		
Gastos administrativos		24943.57	2078.63
Sueldos y salarios	15659.04		
Empresa de seguridad	3647.52		
Empresa de limpieza	3647.52		
Suministros de oficina	809.06		
Suministros de limpieza	269.04		
Servicios básicos	893.52		
Gastos de ventas		1188.26	99.02
Plan de medios	1065.90		
Transporte del servicio de terapia hasta el punto acordado con el paciente	122.40		
TOTAL		57201.99	4766.83

²⁰ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 91.

Concepto	Valor Anual	Valor Día	Capital de Trabajo
Costos de Operación	31,070.16	86.31	5,178.36
Gastos de Administración	24,943.57	69.29	4,157.26
Gastos de Ventas	1,188.26	3.30	198.04
TOTAL	57,201.99	158.89	9,533.67

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El capital de trabajo que se necesitará será diario para cubrir las operaciones del centro de terapia asistido por canes.

4.4. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para el financiamiento del proyecto se tomará en cuenta dos fuentes indispensables que requerirá el proyecto y van a permitir la operación del proyecto como son:

- **Fuentes propias o internas.-** que provendrán de las aportaciones que deban realizar los inversionistas ya sea en efectivo o en especies.
- **Fuentes ajenas o externas.-** dentro de esta fuente estarán préstamos bancarios, financiamiento directo con los proveedores que puede reflejarse en maquinaria y equipo.

4.5. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

La estructura del financiamiento ha sido analizada en función de los accionistas, con lo cual se ha decidido cubrir un 37,95% a través de un capital propio y el 62,05% restante será obtenido mediante un crédito hipotecario a largo plazo otorgado por una entidad financiera, con el fin de cubrir el valor total de la inversión inicial.

4.6. CUADRO DE FUENTES Y USOS

Cuadro No 48

Detalle	Inversión Total	Aporte Accionistas	Aporte Crédito
Inversiones tangibles - Activos Fijos	57,415.46	13,587.00	43,828.46
Inversiones Intangibles - Activos Diferidos	3,684.24	3,684.24	-
Capital Trabajo	9,533.67	9,533.67	-
TOTAL INVERSIONES	70,633.37	26,804.91	43,828.46
% Recursos		37.95%	62.05%

Elaborado por: Carolina Cadena P.

En el cuadro de fuentes y usos “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, diferidos o intangibles y del capital de trabajo necesarios para iniciar las operaciones de la empresa”²¹.

En el cuadro se encuentra detallada la inversión que se requiere para el funcionamiento del centro de cantería; se han designado porcentajes para recursos propios y recursos ajenos; por esta razón las inversiones realizadas en construcciones, muebles y enseres, equipo de oficina, de cafetería, médico y para canes (inversiones tangibles) serán financiados con recursos ajenos en razón que su valor es significativo; para los demás rubros se lo realizará con recursos propios.

²¹ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 143.

CAPÍTULO V

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

5.1. COSTOS DE OPERACIÓN

Para determinar los costos de operación es necesario definir que es Costo. El Costo “es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual”.²²

Los costos de operación que se necesitarán para el funcionamiento del establecimiento son los que se detallan a continuación:

Cuadro No 49

DETALLE	VALOR
Costos y gastos de operación	33,013.28
Gastos de administración	26,291.72
Gastos de ventas	1,188.26
Gastos financieros	5,259.42
TOTAL COSTOS Y GASTOS	65,752.68

Elaborado por: Carolina Cadena P.

5.1.1. Costos de operación

Los costos de operación para el centro de terapia asistida por canes se detallan a continuación:

²² BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 161.

a) Mano de obra directa

Cuadro No 50

Concepto	Cantidad	Sueldo básico	Sueldo año	Obligaciones	Total año
Terapeuta	2	300.00	3600.00	1035.40	9270.80
Guía canino	2	300.00	3600.00	1035.40	9270.80
Subtotal					18,541.60
Imprevistos 2%					370.83
Total Mano de obra directa					18,912.43

Elaborado por: Carolina Cadena P.

La mano de obra directa, consta de terapeuta, guía canino y co-terapeuta en la prestación del servicio hacia los pacientes. En total se necesitará \$ 18.912.43, dato que se obtuvo en la elaboración del análisis salarial, el cual se encuentra en el anexo 14.

b) Insumos para canes

Cuadro No 51

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Total Anual
Juguetes	3	1.85	5.55	66.60
Alimento	2 paq. gds	13.85	27.70	332.40
Desparasitantes	4 inyc. oral	0.89	3.56	42.72
Vitaminas	2 cajas	4.73	9.46	113.52
Vacunas	4 inyc.	3.85	15.40	184.80
Galletas	2 cajas	2.83	5.66	67.92
Huesos masticables	2 paq.	1.75	3.50	42.00
Subtotal				849.96
Imprevistos 2%				17.00
Total Insumos para canes				866.96

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Los suministros para los canes son esenciales para que el co-terapeuta se mantenga saludable y entrenado constantemente para desempeñarse con éxito en las diferentes sesiones que le correspondan. El valor total que se requiere para dichos suministros corresponde a \$ 866.96.

5.1.2. Gastos de operación

a) Mano de obra indirecta

Cuadro No 52

Concepto	Cantidad	Sueldo básico	Sueldo año	Obligaciones	Total año
Medico General	1	200.00	2400.00	789.60	3189.60
Veterinario	1	200.00	2400.00	789.60	3189.60
Recepcionista	1	300.00	3600.00	1035.40	4635.40
Subtotal					11014.60
Imprevistos 2%					220.29
Total Mano de obra indirecta					11234.89

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Para establecer el sueldo por mano de obra indirecta se ha tomado en cuenta un veterinario será el encargado de controlar y mantener la salud de los canes. La recepcionista será la encargada de facturar, cobrar las terapias y organizar las citas. El guardia se encarga de brindar seguridad, el encargado de aseo de mantener limpio el centro. Para mano de obra indirecta necesitaremos \$ 11.234.89; el cual se estableció mediante el análisis salarial que se encuentra en el anexo 14.

b) Seguro de maquinaria

Cuadro No 53

Concepto	Inversión	%	Total año
Muebles y enseres	1034.28	1	10.34
Equipo de oficina	1601.74	1	16.02
Equipo de cómputo	1190	1	11.90
Equipo médico	1157.54	1	11.58
Equipo para canes	471.24	1	4.71
Subtotal			54.55
Imprevistos 2%			1.09
Total Reparación y mantenimiento			55.64

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El seguro de los activos detallados en el cuadro es necesario realizarlo, debido a que tienden a deteriorarse e incluso se puede recurrir a costos por reposición de los mismos; por esta razón se ha considerado un porcentaje del 1% de la inversión anual. En total se necesitará \$ 55.64 para mantenimiento y reparación.

c) Depreciaciones y Amortizaciones

Cuadro No 54

				0% - 10%			
Detalle	Monto	Vida Útil	% Depreciación	Valor residual	Monto depreciar	Gasto depreciación	Valor de recuperación de activos fijos
Activos Fijos	-					2,554.42	
Activos Fijos - Operación	-					1,943.12	
Terreno - 350 m2 - costo por m2	12,495.00	0					12,495.00
Construcciones	38,980.32	20	5.00%	3,898.03	35,082.29	1,754.11	21,439.18
Equipo Médico	1,157.54	10	10.00%	115.75	1,041.78	104.18	115.75
Equipo para canes	471.24	5	50.00%	47.12	424.12	84.82	47.12
Activos Fijos - Administración	-					611.30	
Muebles y enseres	1,034.28	10	10.00%	103.43	930.85	93.09	837.77
Equipos de Oficina	1,601.74	20	5.00%	160.17	1,441.56	72.08	160.17
Equipos de Computación	1,213.80	3	33.33%		1,213.80	404.60	809.20
Equipo de Cafetería	461.55	10	10.00%	46.16	415.40	41.54	373.86
Activos Diferidos	-					736.85	
Constitución legal	3,264.00					652.80	
Permisos y patentes costo anual	420.24					84.05	
Total de Depreciaciones y Amortizaciones						3,291.27	36,278.05

Elaborado por: Carolina Cadena P.

La depreciación “se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos”²³.
 La amortización “cargo anual que se hace para recuperar la inversión”²⁴.

La depreciación aunque no se considere un desembolso de dinero, debe registrarse debido a que los activos fijos sufren un desgaste durante el transcurso de su vida útil. Y la amortización se lo realizará a los activos diferidos, con una vida útil de 5 años.

5.1.3. Gastos administrativos

a) Sueldo administrativo

Cuadro No 55

Concepto	Cantidad	Sueldo básico	Sueldo año	Obligaciones	Total año
Gerente General	1	600.00	7200.00	1772.80	8972.80
Asesor de Marketing	1	200.00	2400.00	789.60	3189.60
Contador	1	200.00	2400.00	789.60	3189.60
Subtotal					15352.00
Imprevistos 2%					307.04
Total Sueldo administrativo					15659.04

Elaborado por: Carolina Cadena P.

“Son, como su nombre lo indica, los gastos provienen de realizar la función de administración en la empresa”²⁵.

El personal administrativo comprende de un gerente general, un asesor de marketing y un contador quienes serán los encargados de mantener y supervisar que el centro se desempeñe de la mejor manera, en cuanto a sus ingresos, egresos y el control del personal que trabaja. En total se necesitará \$ 15.659.04 para el personal administrativo, dato que se obtuvo mediante la elaboración del análisis salarial, el cual se encuentra en el anexo 14.

²³ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 144.

²⁴ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 144.

²⁵ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 142.

b) Suministros de oficina**Cuadro No 56**

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total	Total Anual
Resmas de papel bond	2	3.98	7.96	95.52
Grapadora	1	1.00	1.00	12.00
Perforadora	1	1.25	1.25	15.00
Caja de grapas	1	0.57	0.57	6.84
Caja de clips	1	0.32	0.32	3.84
Esféros	5	0.45	2.25	27.00
Lápices	5	0.30	1.50	18.00
Notitas adhesivas	2	0.25	0.50	6.00
Archivadores benne grande	4	1.75	7.00	84.00
Carpetas de cartón	50	0.15	7.50	90.00
Almohadilla	1	3.80	3.80	45.60
Sello	1	4.30	4.30	51.60
Dvd's	1	0.15	0.15	1.80
Tóner impresora	1	28.00	28.00	336.00
Subtotal				793.20
Imprevistos 2%				15.86
Total Suministros de oficina				809.06

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Dentro de los suministros de oficina se encuentran todos los materiales necesarios que van a permitir realizar las actividades en el departamento administrativo. Para los suministros de oficina se necesitará \$ 809.06.

c) Suministros de limpieza**Cuadro No 57**

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total	Total Anual
Escobas	1	1.80	1.80	21.60
Trapeadores	1	2.20	2.20	26.40
Jabón liquido	1 galón	1.99	1.99	23.88
Papel higiénico	1 paca	2.99	2.99	35.88
Kit de limpieza	1	13.00	13.00	156.00
Subtotal				263.76
Imprevistos 2%				5.28
Total Suministros de limpieza				269.04

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Los suministros de limpieza que requerirá el centro son de \$ 269.04, para poder realizar la limpieza de todo el establecimiento.

d) Servicios básicos

Cuadro No 58

Concepto	Valor	Total mes	Total año
Agua	4.00	20.00	240.00
Luz	4.00	25.00	300.00
Teléfono + Internet	21.17	28.00	336.00
Subtotal			876.00
Imprevistos 2%			17.52
Total Servicios básicos			893.52

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Para los servicios básicos se consideró agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet que servirán para contactarse con los pacientes y el personal que trabaja en el centro, al igual que realizar las actividades diarias en el área administrativa.

5.1.4. Gastos de ventas

Cuadro No 59

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total año
Plan de medios 2012-2013	1	87.08	1045.00
Transporte del servicio de terapia hasta el punto acordado con el paciente	1	10.00	120.00
Subtotal			1165.00
Imprevistos 2%			23.26
Total Gastos de ventas			1188.26

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Gastos de ventas “estos son generados por la acción de vender, es decir por las actividades relacionadas con el proceso de hacer llegar el producto desde el lugar de

producción hasta el consumidor final, incluyendo en ellos la promoción y distribución de la producción”²⁶.

Dentro de los gastos de ventas constan todas las actividades establecidas en el marketing mix para el año, este detalle se observó a profundidad en el cronograma y presupuesto para el plan, en estos gastos también incurre el transporte del servicio hasta el lugar acordado con el paciente, cuyo valor total asciende a \$ 1.188.26.

5.1.5. Gastos financieros

Los gastos financieros “son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos”.²⁷

Estos se han establecido en base a los recursos ajenos que se requerirán para el funcionamiento del centro de terapia asistida por canes.

Cuadro No 60

PERIODO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	CUOTA
1	43,828.46	5,259.42	-	5,259.42
2	43,828.46	5,259.42	-	5,259.42
3	38,349.91	5,259.42	5,478.56	10,737.97
4	32,871.35	4,601.99	5,478.56	10,080.55
5	27,392.79	3,944.56	5,478.56	9,423.12
6	21,914.23	3,287.13	5,478.56	8,765.69
7	16,435.67	2,629.71	5,478.56	8,108.27
8	10,957.12	1,972.28	5,478.56	7,450.84
9	5,478.56	1,314.85	5,478.56	6,793.41
10	-	657.43	5,478.56	6,135.98

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Los recursos ajenos ascienden a \$ 43,828.46 equivalente a un 62.05%; la tasa de interés es del 12% anual, en un plazo de 10 años más 2 años de gracia.

²⁶ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 95.

²⁷ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 165.

5.2. PROYECCIÓN DE LOS COSTOS

Para determinar los costos que se tendrán en el futuro se ha analizado la capacidad del proyecto así como la demanda y la capacidad instalada total.

Para proyecta los costos a partir del segundo año se consideró un incremento del 5% en cada uno de los rubros.

Se mantienen constantes durante los 10 años los costos fijos tales como: mano de obra directa, gastos administrativos, gastos de ventas, los gastos financieros van disminuyendo, debido a que se realiza el pago de intereses.

Los costos y gastos totales para el año uno ascienden a 65,752.68 USD, como se observar en el siguiente cuadro:

Cuadro No 61

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<u>Costos de operación</u>										
Mano de obra directa	18541.60	20341.60	20341.60	20341.60	20341.60	20341.60	20341.60	20341.60	20341.60	20341.60
Insumos para canes	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96
Mano de obra indirecta	11014.60	12064.60	12064.60	12064.60	12064.60	12064.60	12064.60	12064.60	12064.60	12064.60
Seguro de maquinaria	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79
Imprevistos	609.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22
Gasto depreciación	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12	1943.12
<u>Gastos de administración</u>										
Sueldos y salarios	15352.00	16852.00	16852.00	16852.00	16852.00	16852.00	16852.00	16852.00	16852.00	16852.00
Suministros de oficina	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20
Suministros de limpieza	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76
Luz, agua, teléfono, internet	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52
Empresa de seguridad	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00
Empresa de limpieza	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00	3576.00
Permisos y patentes costo anual		412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00
Constitución legal		3200.00	3200.00	3200.00	3200.00	3200.00	3200.00	3200.00	3200.00	3200.00
Imprevistos	489.09	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33
Gasto depreciación	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30
Gastos amortización	736.85	736.85	736.85	736.85	736.85					
<u>Gastos de ventas</u>										
Plan de medios	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96	1044.96
Transporte del servicio hasta el punto acordado con el paciente	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Imprevistos	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30
<u>Gastos financieros</u>										
Gastos financieros	5259.42	5259.42	5259.42	4601.99	3944.56	3287.13	2629.71	1972.28	1314.85	657.43
TOTAL COSTOS Y GASTOS	65752.68	73873.92	73873.92	73216.49	72559.06	71164.79	70507.36	69849.93	69192.51	68535.08

5.3. INGRESOS DEL PROYECTO

“Los ingresos del proyecto tendrán como base la cantidad o volumen de ventas proyectadas a lo largo de la vida útil del proyecto y el precio establecido para el mismo periodo”²⁸.

Se ha tomando en cuenta el crecimiento en la demanda, lo cual tiene un efecto directamente proporcional sobre la operación durante los 10 primeros años, las ventas se obtienen multiplicando el total de servicios que se demandarán cada año por el precio establecido en función del referencial del mercado.

Los ingresos para el año uno se calculan en 74,880.00USD.

5.3.1. Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto

Para realizar la proyección de ingresos se consideró a las personas atendidas en el centro de canterapia; para lo cual se determinó las terapias dependiendo del tipo de enfermedad o capacidad especial del paciente. Con respecto al precio por terapia, se lo estimó considerando el precio referencial del mercado.

Los ingresos en el primer año ascienden a 74,880.00 USD, los cuales se van incrementando en los diferentes años.

Cuadro No 62

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Personas atendidas	2880.00	2995.20	3115.01	3239.61	3369.19	3503.96	3644.12	3789.88	3941.48	4099.14
Precio x terapia	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00
TOTAL INGRESO	74880.00	77875.20	80990.21	84229.82	87599.01	91102.97	94747.09	98536.97	102478.45	106577.59

Elaborado por: Carolina Cadena P.

²⁸ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 147.

CAPÍTULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

El objetivo de la evaluación económica financiera del proyecto es “establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar recursos generalmente escasos a una inversión específica”.²⁹

6.1.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los instrumentos que nos permitirán evaluar si el proyecto es factible o no son los que se detallan a continuación:

6.1.1.1. Estado de situación inicial

“El estado de situación inicial no es otra cosa que un cuadro organizado de valores que muestra la situación financiera de la empresa u organización al inicio de las actividades operacionales”³⁰.

Se puede establecer la situación económica del proyecto al inicio de sus operaciones. En el que consta los valores por inversión para los activos tanto fijos como diferidos, además de la cantidad de pasivos en los que se incurre, en este caso el correspondiente al préstamo bancario y el patrimonio cuyo valor se determina por el capital con el que aportan los accionistas como se indica:

²⁹ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 104.

³⁰ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 100.

Cuadro No 63

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVOS CORRIENTES		9533.67	Pasivos Largo Plazo 43828.46
Caja- Bancos	9533.67	Crédito	43828.46
ACTIVOS FIJOS		57415.46	PATRIMONIO 26804.91
Terreno - 350 m2 - costo por m2	12495	Capital Social	26804.91
Construcciones	38980.32	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO 70633.37	
Equipo Medico	1157.54		
Equipo para canes	471.24		
Muebles y enseres	1034.28		
Equipos de Oficina	1601.74		
Equipos de Computación	1213.80		
Equipo de Cafetería	461.55		
ACTIVOS DIFERIDOS		3684.24	
Constitución legal	3264		
Permisos y patentes costo anual	420.24		
<u>TOTAL ACTIVOS</u>		70633.37	<u>TOTAL PASIVOS</u> 70633.37

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Se puede observar que se necesita una inversión de \$70633.37, de la cual el 62.05% corresponde a préstamo de largo plazo es decir \$43828.46; mientras que el 37.95% es para recursos propios.

6.1.1.2. Estado de resultados

“El estado de resultados calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto”³¹. Da a conocer la utilidad que tendrá el centro de canterapia, la cual se obtiene restando los costos y gastos incurridos en la operación del negocio. Para la elaboración del estado de resultados, se consideró los impuestos exigidos por la ley, esto es 15% y 25% del impuesto a la renta.

³¹ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 150.

Cuadro No 64

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos	74,880.00	77,875.20	80,990.21	84,229.82	87,599.01	91,102.97	94,747.09	98,536.97	102,478.45	106,577.59
(-) Costo de ventas	33,013.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28	35,920.28
(=) UTILIDAD BRUTA	41,866.72	41,954.92	45,069.93	48,309.54	51,678.73	55,182.69	58,826.81	62,616.69	66,558.17	70,657.31
(-) Gastos de administración	26,291.72	31,505.96	31,505.96	31,505.96	31,505.96	30,769.11	30,769.11	30,769.11	30,769.11	30,769.11
(-) Gastos de ventas	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	14,386.74	9,260.70	12,375.71	15,615.32	18,984.51	23,225.32	26,869.44	30,659.32	34,600.80	38,699.94
(-) Gastos financieros	5,259.42	5,259.42	5,259.42	4,601.99	3,944.56	3,287.13	2,629.71	1,972.28	1,314.85	657.43
(-) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	9,127.32	4,001.28	7,116.29	11,013.33	15,039.95	19,938.18	24,239.73	28,687.04	33,285.94	38,042.51
(-) 15% Participación de trabajadores		600.19	1,067.44	1,652.00	2,255.99	2,990.73	3,635.96	4,303.06	4,992.89	5,706.38
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9,127.32	3,401.09	6,048.85	9,361.33	12,783.95	16,947.45	20,603.77	24,383.98	28,293.05	32,336.13
(-) 25% Impuesto a la renta	-	850.27	1,512.21	2,340.33	3,195.99	4,236.86	5,150.94	6,096.00	7,073.26	8,084.03
(=) UTILIDAD NETA	9,127.32	2,550.82	4,536.64	7,021.00	9,587.97	12,710.59	15,452.83	18,287.99	21,219.79	24,252.10

Elaborado por: Carolina Cadena P.

La utilidad neta del proyecto asciende a \$9,127.32, durante el primer año, y se puede apreciar que existe un incremento en los demás años, logrando cubrir los gastos financieros en los diferentes periodos.

6.1.1.3. Flujo de caja

“El flujo de caja para un proyecto de inversión tendrá la estructura que permita al mismo determinar la rentabilidad de la inversión, el mismo que comenzará con registrar la utilidad neta del ejercicio desde el primero al décimo año de operación del proyecto”³².

La estructura el flujo de caja está dada por los ingresos y egresos del proyecto, a los cuales se les ha dividido en operacionales y no operacionales.

Los ingresos operacionales están constituidos por los ingresos por ventas, forman parte de los egresos operacionales los costos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas.

Para los ingresos y egresos no operacionales se consideró los siguientes rubros: aporte accionistas, préstamo, capital de trabajo, participación trabajadores, gastos financieros, pago capital.

También se encuentran detallados los rubros en el flujo de caja proyectado el cual se encuentra en el anexo 18.

³² BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 106.

Cuadro No 65

DETALLE	PREOPE RACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
A. INGRESOS OPERACIONALES	-	74,880.00	77,875.20	80,990.21	84,229.82	87,599.01	91,102.97	94,747.09	98,536.97	102,478.45	106,577.59
Recuperación por ventas		74,880.00	77,875.20	80,990.21	84,229.82	87,599.01	91,102.97	94,747.09	98,536.97	102,478.45	106,577.59
B. EGRESOS OPERACIONALES	-	57,201.99	65,323.23	65,323.23	65,323.23	65,323.23	65,323.23	65,323.23	65,323.23	65,323.23	65,323.23
Costos de Operación		31,070.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16	33,977.16
Gastos de ventas		1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26	1,188.26
Gastos de administración		24,943.57	30,157.81	30,157.81	30,157.81	30,157.81	30,157.81	30,157.81	30,157.81	30,157.81	30,157.81
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	-	17,678.01	12,551.97	15,666.97	18,906.58	22,275.78	25,779.74	29,423.85	33,213.74	37,155.22	41,254.35
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	70,633.37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,811.72
Créditos Instituciones Financieras 1	43,828.46										
Aportes de capital	26,804.91										
Recuperación de Capital de Trabajo											9,533.67
Recuperación Activos Fijos							-				36,278.05
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	70,633.37	5,259.42	5,259.42	12,188.44	13,874.00	13,415.45	14,688.91	16,549.66	16,237.74	17,192.46	19,415.94

Inversiones Tangibles - Activos Fijos	57,415.46	-	-	-	1,213.80	-	471.24	1,213.80	-	-	1,213.80
Inversiones Intangibles - Activos Diferidos	3,684.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	9,533.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15% Participación Trabajadores		-	-	600.19	1,067.44	1,652.00	2,255.99	2,990.73	3,635.96	4,303.06	4,992.89
25% Impuesto a la renta		-	-	850.27	1,512.21	2,340.33	3,195.99	4,236.86	5,150.94	6,096.00	7,073.26
Pago de intereses - Gasto financiero		5,259.42	5,259.42	5,259.42	4,601.99	3,944.56	3,287.13	2,629.71	1,972.28	1,314.85	657.43
Pago de principal (capital) de los pasivos		-	-	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	-	5,259.42	5,259.42	12,188.44	13,874.00	13,415.45	14,688.91	16,549.66	16,237.74	17,192.46	26,395.78
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	-	12,418.59	7,292.55	3,478.54	5,032.58	8,860.32	11,090.82	12,874.20	16,976.00	19,962.75	67,650.13
H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	-	12,418.59	19,711.14	23,189.68	28,222.26	37,082.58	48,173.40	61,047.60	78,023.60	97,986.35
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-	12,418.59	19,711.14	23,189.68	28,222.26	37,082.58	48,173.40	61,047.60	78,023.60	97,986.35	165,636.48

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El flujo de caja generado es de \$ 12418.59, resultado que se obtuvo sumando el flujo operacional con el flujo no operacional.

6.1.2. INDICADORES DE EVALUACIÓN

Los indicadores de evaluación que permitirán al inversionista determinar si es o no conveniente realizar la inversión son los siguientes:

6.1.2.1. Costo de oportunidad del capital

“El costo de capital es la tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja del proyecto”.³³

La tasa de descuento es de 14.39%, y se lo obtiene mediante la siguiente fórmula:

$TD = (\% \text{ Recursos Propios} * \text{Tasa pasiva}) + (\% \text{ Recursos Ajenos} * \text{Tasa interés} (1-t)(1-p) + \text{Tasa de riesgo})$

Cuadro No 66

Descripción	Valor
% Recurso propio	37.95%
Tasa pasiva	4.53%
% Recurso ajeno	62.05%
Tasa activa	12%
Impuesto trabajadores	15%
Impuesto a la renta	25%
Riesgo	7.92%
Tasa de Descuento	14.39%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Carolina Cadena P.

³³ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 113.

6.1.2.2. Valor actual neto (VAN)

“El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”³⁴. Consiste en traer los flujos futuros a valor presente mediante una tasa de descuento.

Existen tres posibilidades para el VAN:

- **VAN inferior a cero:** El proyecto genera una pérdida.
- **VAN igual a cero:** No se genera pérdidas ni ganancias al invertir en el proyecto.
- **VAN superior a cero:** El proyecto es factible económicamente debido a que se genera una ganancia.

Para determinar el factor de acumulación se consideró la tasa del costo de oportunidad del capital que es 14.39%; el flujo actualizado se obtuvo multiplicando el flujo generado por el factor de acumulación.

Cuadro No 67

Años	Flujo Neto Generado	Factor de Acumulación	Flujo Actualizado
0	-26804.91	1.00	-26804.91
1	12418.59	0.87	10856.74
2	7292.55	0.76	5573.58
3	3478.54	0.67	2324.22
4	5032.58	0.58	2939.68
5	8860.32	0.51	4524.66
6	11090.82	0.45	4951.39
7	12874.20	0.39	5024.71
8	16976.00	0.34	5792.33
9	19962.75	0.30	5954.77
10	67650.13	0.26	17641.71
		VAN	38778.87

Elaborado por: Carolina Cadena P.

³⁴ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 182.

El VAN es positivo por lo que podemos determinar que el proyecto es viable debido a que el flujo del primer año va incrementándose hasta el año 10.

6.1.2.3. Tasa interna de retorno (TIR)

“La TIR es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”³⁵.

Es el porcentaje que el inversionista obtendría por haber decidido invertir en el proyecto. Para que la TIR se pueda considerar rentable debe ser superior al costo de oportunidad del capital.

El cálculo de la TIR se lo hizo asignando una tasa mayor y una menor, mediante la siguiente fórmula:

Km = Tasa menor

KM = Tasa mayor

$$TIR = Km + (KM - Km) * \frac{VAN TM}{VAN TM - VAN Tm}$$

Donde:

Km = 12.39%

KM = 36%

VAN TM = 46,449.33

VAN Tm = -1,630555951

$$TIR = 12.39 + (36 - 12.39) * \frac{46.449.33}{46.449.33 - 1.630555951}$$

TIR = 36%

³⁵ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 184.

El 36% es el porcentaje que tendría el inversionista por haber invertido en esta alternativa. El porcentaje es favorable, debido a que es superior al costo de oportunidad del capital, por lo que el proyecto si es factible.

En el siguiente cuadro se detallan los valores para el cálculo de la TIR:

Cuadro No 68

Año	Flujos netos generados	Factor de acumulación KM	Flujos actualizados KM	Factor de acumulación Km	Flujos actualizados Km
	-26804.91	1.00	-26804.91	1.00	-26804.91
1	12418.59	0.73	9122.47	0.89	11049.95
2	7292.55	0.54	3935.14	0.79	5773.71
3	3478.54	0.40	1378.85	0.70	2450.53
4	5032.58	0.29	1465.38	0.63	3154.58
5	8860.32	0.21	1895.18	0.56	4941.84
6	11090.82	0.16	1742.63	0.50	5504.16
7	12874.20	0.12	1485.94	0.44	5685.06
8	16976.00	0.08	1439.32	0.39	6670.19
9	19962.75	0.06	1243.32	0.35	6979.29
10	67650.13	0.05	3095.06	0.31	21044.92
SUMAN			-1.63		46449.33

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Para determinar el flujo descontado de la tasa mayor se multiplica el flujo generado por el factor de acumulación de la tasa mayor; mientras que, para obtener el flujo descontado de la tasa menor se multiplica el flujo generado por el factor de acumulación de la tasa menor.

6.1.2.4. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión indica en que tiempo se recupera la inversión realizada en el proyecto.

“Este método es muy importante como indicador, cuando el inversionista desea conocer en que tiempo podrá recuperar su dinero invertido en una alternativa de inversión determinada.

Este criterio, permite determinar el número de periodos necesarios para que el inversionista recupere la inversión inicial, los que tendrán que ser comparados con el número de periodos aceptables por la empresa”³⁶.

Para obtener el flujo acumulado, se suma el flujo acumulado del año 0 más el flujo actualizado del año 1, hasta establecer cuando se recupera la inversión.

El periodo de recuperación es en base a los 10 años de evaluación y se obtiene a través de los flujos netos acumulados que al inicio son negativos y posteriormente se tornan positivos cuando el capital ha sido recuperado.

³⁶ BARRENO Luis; Manual de formulación y evaluación de proyectos; Pág. 119.

Cuadro No 69

Año	Flujos netos generados	Flujos actualizados	Flujo acumulado
-	-26804.91	-26804.91	-26804.91
1	12418.59	10856.74	-15948.16
2	7292.55	5573.58	-10374.59
3	3478.54	2324.22	-8050.36
4	5032.58	2939.68	-5110.69
5	8860.32	4524.66	-586.03
6	11090.82	4951.39	4365.36
7	12874.20	5024.71	9390.06
8	16976.00	5792.33	15182.39
9	19962.75	5954.77	21137.16
10	67650.13	17641.71	38778.87

Elaborado por: Carolina Cadena P.

La inversión realizada en este proyecto se recupera en el 6to año.

6.1.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio “el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”³⁷.

Es cuando los ingresos totales son iguales a los egresos totales; es decir que la organización ni gana ni pierde.

Para hallar este valor se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{PE en dólares} = 1 - \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas} - \text{Costos variables totales}}$$

³⁷ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 148.

Cuadro No 70

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos fijos	55100.40	59394.36	59394.36	59394.36	59394.36	59394.36	59394.36	59394.36	59394.36	59394.36
Costos variables	10652.27	14336.51	14336.51	13679.09	13021.66	11627.39	10969.96	10312.53	9655.10	8997.68
COSTO TOTAL	65752.68	73873.92	73873.92	73216.49	72559.06	71164.79	70507.36	69849.93	69192.51	68535.08
Ventas	74880.00	77875.20	80990.21	84229.82	87599.01	91102.97	94747.09	98536.97	102478.45	106577.59
Personas atendidas	2880.00	2995.20	3115.01	3239.61	3369.19	3503.96	3644.12	3789.88	3941.48	4099.14
Costo variable unitario	22.83	24.66	23.72	22.60	21.54	20.31	19.35	18.43	17.55	16.72
PUNTO DE EQUILIBRIO (USD)	64238.89	72795.77	72169.47	70910.34	69764.98	68083.84	67171.59	66336.95	65572.32	64871.01

Elaborado por: Carolina Cadena P.

El punto de equilibrio del centro de terapia asistido por canes es cuando llega a \$ 64238.89, el cual se obtuvo utilizando la fórmula antes indicada.

6.1.4. ÍNDICES FINANCIEROS

Los índices financieros nos permiten evaluar y conocer la situación real de la organización. A través del estudio podemos saber cuales son los beneficios o utilidades, el grado de endeudamiento de la empresa.

“El análisis de las tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo”³⁸.

Índices de rentabilidad

“La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. En realidad, las tasa de este tipo revelan cuán efectivamente se administra la empresa”³⁹.

$$\text{Rentabilidad sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}} = \frac{9.127.32}{70.633.37} = \mathbf{13\%}$$

Este índice indica el rendimiento que se ha obtenido sobre las inversiones, el 13% en el primer año significa que para comenzar la rentabilidad es aceptable.

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{9.127.32}{26.804.91} = \mathbf{34\%}$$

Este indicador señala y mide la utilidad neta obtenida por los dueños de la empresa en relación con su inversión específica. El 34% es el porcentaje de rentabilidad que obtiene el inversionista.

³⁸ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 189.

³⁹ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 191.

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} = \frac{9.127.32}{74.880.00} = \mathbf{12\%}$$

“Los márgenes de utilidad no son medidas directas de la rentabilidad porque se basan en el ingreso total en operación y no en la inversión en activos realizada por la empresa o por los inversionistas del capital contable”.⁴⁰

El 12% que tiene el centro de terapia asistido por canes es la rentabilidad que tiene en el primer año, el cual se incrementará en los siguientes años.

Índices de endeudamiento

“Miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda”⁴¹.

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo (Pasivo deuda total)}}{\text{Activos totales}} = \frac{43.828.46}{70.633.37} = \mathbf{62\%}$$

El endeudamiento es un mecanismo mediante el cual la organización recurre a financiarse con recursos propios.

De la inversión total del centro de terapia asistido por canes el 62% corresponde a préstamo de largo plazo; este porcentaje de endeudamiento es una ventaja fiscal en razón que, los pagos de intereses son deducibles para impuestos.

$$\text{Cobertura de intereses} = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Gastos por interés}} = \frac{9.127.32}{5.259.42} = \mathbf{1.7}$$

Indica la capacidad de la empresa para generar ingresos que sean suficientes para cubrir los gastos financieros. La empresa tiene 1.7 veces para cubrir los gastos de interés por el préstamo realizado con terceros.

⁴⁰ JAFFE Jeffrey; Finanzas corporativas; Pág. 41.

⁴¹ BACA Gabriel; Evaluación de proyectos; Pág. 190.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

Al realizar el proyecto las siguientes conclusiones son:

- Se determinó de acuerdo al trabajo realizado que el proyecto es factible y económicamente rentable.
- De acuerdo al estudio de mercado se concluyó que existe una demanda potencial en crecimiento la cual está dispuesta a acudir a recibir la canterapia.
- Como resultado de las encuestas realizadas, se puede concluir que la mayor demanda está constituida por personas que tienen un rango de edad que fluctúan entre 21 a 30 años, siendo este el mercado meta hacia el cual va dirigido el proyecto.
- En la actualidad existen pocas instituciones que brinden el servicio similar al que va a prestar el centro, por lo que es muy factible su introducción al mercado.
- El servicio que se ofrecerá en el centro de terapia asistido por canes es diferente a los centros de terapia ya existentes en el mercado, debido a que promueve el mejorar la calidad de vida de las personas que padecen algún tipo de enfermedad o discapacidad, a través de los canes.
- Se tiene una ventaja competitiva de diferenciación, por lo que los centros que son competencia directa ofrecen actividades que difieren del proyecto que brindaría terapias con canes, lo que se convierte en una fortaleza para el liderazgo.

- Mediante el estudio técnico se ha podido determinar que el presente proyecto estará ubicado en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, por ser considerado como el sector más idóneo por su cercanía a la demanda, disponibilidad de recursos, etc.
- El centro de terapia contará con una infraestructura física funcional, en el que, se pueda brindar el servicio que requiere el visitante y cubrir las expectativas del paciente.
- El esquema administrativo de la empresa a crearse permite contar con una base sólida para su desarrollo.
- Para la realización del presente proyecto se requiere una inversión total de 70633.37 dólares, el mismo que estará financiado el 37.95% con capital propio y el 62.05% con capital ajeno por medio de un crédito en el sistema financiero nacional con una tasa de interés promedio del 12% anual.
- Los costos fueron determinados mediante la investigación directa a los proveedores tanto de materiales directos como de suministros e insumos.
- Para el primer año se espera obtener ingresos de 74,880.00 dólares, provenientes de las terapias y consultas de los pacientes; los egresos serán de 65,752.68 dólares, obteniendo como resultado una utilidad neta de 9,127.32 dólares; por lo que se concluye que el presente proyecto es atractivo para el inversionista.
- La instalación de un centro de terapia asistido por canes es técnicamente factible y económicamente rentable, como lo demuestran los indicadores financieros como el VAN, TIR, PRI e índices financieros de rentabilidad y endeudamiento.

7.2. RECOMENDACIONES

Para el presente proyecto se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda implementar este proyecto, en razón que, es rentable como lo señalan sus indicadores de evaluación, además incentiva y promueve una nueva alternativa para las personas con algún tipo de enfermedad o discapacidad en el mejorar su calidad de vida conjuntamente con sus medicamentos en los casos en que los requieran.
- Existe una aguda necesidad, de profundizar el estudio del consumidor del target definido, el mismo permitirá adoptar las mejores estrategias, que garanticen el éxito del negocio, ayudándolo a tener un crecimiento que beneficie a todos los actores del proyecto.
- El plan de marketing que se presenta para el proyecto se debe dar un seguimiento continuo, para así poder comprobar a que se cumplan las metas y objetivos.
- Invertir constantemente en el mix promocional con el fin de lograr los objetivos planteados y lograr el posicionamiento en el nicho de mercado lo cual aportará para obtener los ingresos y el crecimiento esperado.
- Realizar una revisión del plan estratégico a los dos años de iniciadas las operaciones con el fin de verificar si se aplican las estrategias planteadas en función de la competencia y demanda.
- El diseño más detallado de la organización debe darse al momento de poner en marcha el proyecto. Y los empleados deben estar capacitados y preparados a realizar las diferentes actividades del centro.
- Realizar el mantenimiento oportuno de las instalaciones del centro con el fin de que estén en buen estado.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- BACA U, Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial Mc Graw Hill, México, 2005.
- BARRENO, Luis; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Quito 2007.
- CHAIN Sapag; Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos; Santiago de Chile 1983.
- Diccionario de Medicina Océano, Mosby, España, 1996.
- DURRELL, Gerald: Animales en general. Edición ALIANZA 1994
- GUASANGA, Ana Cecilia, “Guía de apoyo para la intervención educativa con canes orientada a niños y niñas” (documento y conferencia en video) 2009.
- JAFFEE, Jeffrey; WESTERFIELD, Randolph; ROSS, Stephen; Finanzas Corporativas, Editorial Mc Graw Hill, México, Febrero 2005.
- JANY, José Nicolás; Investigación Integral de Mercados un Enfoque para el Siglo XXI; Mc Graw Hill; Segunda edición; Colombia, 2000.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary, Fundamentos de Marketing Mexico: Person Educación, 2003.
- KOTLER, Philip; LANE, Kevin, Dirección de Marketing, Editorial Pearson Educación, Education, México 2006.
- LAMBIN, Jean-Jacques; Marketing Estratégico, Editorial. Mc Graw Hill, Chile, 1995
- STANTON, William; ETZEL, Michael; WALKER, Bruce; Fundamentos de Marketing, Editorial Mc Graw Hill, México, 2000.
- ZEITHAML, Valarie; BITNER, Mary; GREMLER, Dwayne, Marketing de servicios, Quinta edición McGraw Hill Educación, 2009.
- Ley de Compañías

Instituciones

- Ministerio de Salud Pública
- Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Consejo Nacional de Discapacidades
- Sociedad de Lucha Contra el Cáncer
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Banco Central del Ecuador
- Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
- Servicios de Rentas Internas

Páginas web

- www.bce.fin.ec
- www.sri.gov.ec
- www.supercias.gov.ec
- www.la-gerencia.com
- www.marketing-xxi.com
- www.wikipedia.com
- www.isabelsalama.com
- www.terapia-ocupacional.com
- www.perros.com
- www.terapiaconperros.com

ANEXO 1

ENCUESTA

Buenos días / tardes

La información que se recopilará, será utilizada exclusivamente para un estudio de factibilidad, para lo cual le pedimos conteste con su mayor sinceridad.

Género.....

Edad.....

Sector donde vive.....

1. ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes enfermedades?

- Obesidad ()
- Diabetes ()
- Hipertensión arterial ()
- Cáncer ()
- Trastorno mental (depresión, ansiedad, psicosis) ()
- Trastorno neurológico (demencia, epilepsia, párkinson) ()
- Ninguna ()

2. ¿Padece Ud. algún tipo de las siguientes discapacidades?

- Auditiva ()
- Física ()
- Visual ()
- Lenguaje ()
- Intelectual ()
- Psicológico ()
- Mental ()
- Ninguna ()

3. ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las enfermedades antes mencionadas?

SI ()

NO ()

Cuál?.....

4. ¿Tiene algún familiar o persona conocida que padezca algún tipo de las discapacidades antes mencionadas?

SI ()

NO ()

Cuál?.....

5. ¿Asiste a algún centro donde se imparta algún tipo de terapia para el tratamiento de una enfermedad o discapacidad?

SI () Cuál?.....

NO () Por qué?.....

(Si su respuesta fue NO puede pasar a la pregunta 9)

6. ¿Con qué frecuencia acude usted a este tipo de centros de ayuda? (elija una sola opción)

- Menos de una vez a la semana ()
- 1-2 veces a la semana ()
- 3-4 veces a la semana ()
- 5-6 veces a la semana ()
- 7 o más veces a las semana ()

7. ¿Con qué personas visita este tipo de centros?

- Amigos ()
- Familia ()
- Pareja ()

8. ¿Se encuentra satisfecho/a con el servicio que recibe?

SI ()

NO ()

Por qué?.....

9. Si existiera la posibilidad de ofrecer un centro asistido por canes que dé a conocer los diferentes beneficios de las actividades y terapias impartidas por los canes para el mejoramiento de la condición de salud y la calidad de vida, lo visitaría?

SI ()

NO ()

Por qué?.....

10. ¿Cuáles de las siguientes opciones cree Ud. que es un factor es determinante para optar por el servicio de terapia?

- Precio ()
- Parqueadero ()
- Calidad ()
- Tiempo ()
- Ubicación ()
- Otros () Cuáles.....

11. ¿Con qué frecuencia acudiría a recibir la canterapia? (elija una sola opción)

- Una vez a la semana ()
- Dos veces a la semana ()
- Tres o más veces a la semana ()

TERMINA LA ENCUESTA
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2
ENCUESTA

Buenos días / tardes

La información que se recopilará, será utilizada exclusivamente para un estudio de factibilidad, para lo cual le pedimos conteste con su mayor sinceridad.

Género.....

Edad.....

1. ¿En qué lugar trabaja Ud.?

	Público	Privado
Hospital		
Clínica		
Maternidad		
Dispensario		
Patronato		
Centro de salud		
Subcentro de salud		
Consultorio privado		
Fundación		

Cuál?.....

2. ¿Qué especialidad de la medicina tiene?

.....

3. ¿Usted conoce la canterapia?

SI ()

NO ()

4. ¿Usted cree que la canterapia podría ayudar a sus pacientes que padecen algún tipo de enfermedad crónica o discapacidad a mejorar su calidad de vida?

SI ()

NO ()

Por qué?.....
.....

5. ¿Conoce Ud. de algún centro en el cual brinden este tipo de servicio?

SI ()

NO ()

Cuál?.....

6. ¿Usted ha recomendado utilizar los servicios de este tipo de centros?

SI ()

NO ()

7. ¿Cuál ha sido el resultado obtenido?

.....
.....

8. ¿Usted recomendaría a sus pacientes que padecen este tipo de enfermedades o discapacidades acudir a un centro de terapia asistida por canes, el cual combinado con el tratamiento le ayudara a mejorar su calidad de vida?

SI ()

NO ()

Por qué?.....
.....

TERMINA LA ENCUESTA
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3
ANUNCIO DE REVISTA

Centro de Terapia Asistido por Canes



Ayuda a mejorar de manera integral la calidad de vida de los pacientes que padecen una enfermedad crónica y/o una capacidad diferente, a través de las diferentes técnicas basadas en el trabajo con canes; con el fin de estimular lo emocional, social, cognitivo, afectivo y físico.

Av. Panamericana norte (peaje Oyacoto) calle 4 de octubre S 25-277 Teléfonos: (02) 283 9231

www.patitas.com.ec



ANEXO 4 TRÍPTICO

Servicios que ofrece:

- Visitas periódicas bien sean domiciliarias (ancianos, enfermos crónicos, discapacitados) o institucionales (centros, hospitales, psiquiátricos, centros de rehabilitación, instituciones penitenciarias, centros de educación especial, centros de acogida), basadas en la interacción con los animales y la naturaleza.
- Terapia individual y colectiva.
- Patología y protocolos de intervención a personas con: Síndrome de Down, Parálisis cerebral, Retardo mental, Autismo Rett y Asperger, Distrofia muscular de Duchenne, Esclerosis, Estimulación temprana, Trastornos mentales, Fobias, Trastorno de pánico, Abuso psicológico familiar frente a la enfermedad, Trastornos del aprendizaje, Esquizofrenia, patología y demencia, Parkinson, Tercera edad, Rehabilitación de infractores de la ley, Víctimas de maltrato y/o abuso sexual, Estrés, posttraumático, Depresión, Pacientes sometidos por situaciones violentas, Enfermedad crónica y terminal, Pacientes sometidos por situaciones médicas, Pacientes hospitalizados, Trastornos de la alimentación.





Av. Panamericana norte (peaje Oyaco-to) calle 4 de octubre S 25-277
Teléfonos: (02) 283 9231
www.patitas.com.ec






La terapia asistida por canes consiste en utilizar al can, como nexo entre el paciente y el terapeuta. Se basa en la estimulación a través de la interacción humano-animal, y es una muy buena alternativa para un bienestar emocional, físico, psicológico y social.

Nuestro objetivo

Brindarle al paciente, un acompañamiento que le permita entender qué implica y qué se afecta al padecer una enfermedad o una condición que vulnera a una persona, y cómo a través de las diferentes técnicas, basadas en el trabajo con perros, se puede mejorar de manera integral la vida de los pacientes.






Misión: "Demostrar que los beneficios de la caniterapia se obtienen de manera más eficaz que en la terapia convencional; mejorando la calidad de vida de las personas".

Visión: "Ser pioneros en aplicar y difundir la terapia asistida con canes, brindando una opción de rehabilitación de alta calidad, ética, amable y humana".

Valores:

- Honorabilidad
- Honestidad
- Transparencia
- Eficiencia
- Disciplina
- Lealtad
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compromiso



Beneficios Psicológicos- Sociales- Cognitivos:

- Incrementa su autoestima, autoconciencia, autoeficacia y autocontrol.
- Aumenta la tolerancia a la frustración, incrementado valores como la perseverancia y la disciplina.
- Fomenta la expresión adecuada de sentimientos, a través de la psicoterapia apoyada en la herramienta de la terapia asistida con canes.
- Detecta e interviene en problemas de comportamiento, como negativismo, ingratitud, dificultad para asumir reglas, entre otros.
- Brinda apoyo en situaciones difíciles como duelos, divorcio de los padres o situaciones traumáticas.
- Incrementa atención, concentración, memoria, habituación, seguimiento de instrucciones, motivación y percepción. Así mismo, procesos de pensamiento complejos.

Beneficios Físicos:

- Promueve la apertura de los sentidos.
- Mejora las destrezas motoras, la coordinación, la flexibilidad, el equilibrio, la fuerza, la velocidad y la precisión.
- Promueve la actividad física y los hábitos de vida saludable.
- Incrementa la respuesta inmunológica y la sensación de bienestar.

ANEXO 5 MAPA DEL SECTOR



ANEXO 6



**SECRETARÍA DE ORDENAMIENTO
TERRITORIAL HÁBITAT Y VIVIENDA**



Nº 428292

Fecha: _____

Señor
SECRETARIO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL HÁBITAT Y VIVIENDA
Presente.-

Yo, _____
NOMBRE DEL PROPIETARIO

No. de predio: _____ No. de clave catastral: _____

solicito se me confiera el **INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA (IRM)** correspondiente a mi propiedad ubicada en:

Zona: _____ Parroquia: _____

Calle: _____ No. _____

Intersección: _____

Barrio, urbanización: _____ Lote No. _____

Superficie: _____ Frente: _____

CROQUIS DE UBICACIÓN

CROQUIS: por favor ubicar la propiedad con referencias claras.

MPJGM.pa

- NOTAS:**
- 1.- Los datos de superficie, frente y linderos deben estar de acuerdo a las escrituras del predio.
 - 2.- Datos erróneos o dolosos causarán la anulación del presente trámite.

EL PROPIETARIO

ANEXO 7



Dirección Metropolitana
Financiera Tributaria

DECLARACION DEL IMPUESTO DE PATENTE

Nº 199277

Quito, a ____ de _____ del 201__

USD. 0.20

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 364 y 365 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal y el Código del Distrito Metropolitano de Quito que establecen, regulan y reglamentan el cobro del Impuesto anual de Patente, inscribo y declaro:

Nombre o Razón Social: _____		Nº R.U.C. _____	
Representante Legal: _____		Nº C. Identidad _____	
Dirección: _____	Oficina Nº _____	C. Catastral _____	Teléfono: _____
Ubicación: Zona Norte _____ 1 _____ Zona Centro _____ 2 _____ Zona Sur _____ 3 _____ Parroquias _____ 4 _____	Dirección Sucursales	Capital: U.S.D. _____	
Actividad Económica Principal: _____		Inicio de Actividades: _____	
Descripción: _____			
JURIDICOS		ARTESANOS	
Nº de Resolución: _____	Fecha de Resolución: _____	Acuerdo Ministerial Nº: _____	Fecha de Resolución: _____
Matrícula de Comercio: _____		J.N.D. Artesano Nº: _____	Matrícula de Comercio: _____
<p>NOTA: El incumplimiento de las obligaciones y deberes formales inherentes a los sujetos pasivos del Impuesto de Patente, conlleva la imposición de sanciones, según la infracción cometida conforme lo prevé el capítulo IV del Título I del Libro IV del Código Tributario.</p>			
<p>Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad, declaro que toda la información contenida en este formulario es verídica y correcta, sin perjuicio de las sanciones legales aplicables, de comprobarse que es irreal, se considera como NO obtenida la Patente Municipal para los fines pertinentes.</p>			
Nombre del Declarante: _____		Firma del Declarante: _____	
C. Identidad: _____			
Funcionario Responsable: _____	Fecha de Inscripción: _____	Registro de Comerciante Nº. _____	

ADJUNTAR OBLIGATORIAMENTE LOS DOCUMENTOS DE RESPALDO EN ORIGINALES Y COPIAS

ANEXO 8



MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA
DEPARTAMENTO DE CONTROL SANITARIO
Majía 525 y García Moreno
PBX: 2 580-650

SOLICITUD PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Año: _____

SEÑOR DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA:

Yo, _____, solicito a usted, se sirva concederme el correspondiente
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO para el establecimiento:

Ubicado en _____ Teléfono _____
Lugar Calle Número

He recibido el listado correspondiente a los requisitos previos y dejo expresa constancia de que me comprometo a lo siguiente:

- 1.- No admitir empleado alguno, sin previa obtención del Certificado de Salud.
- 2.- Proporcionar a todos mis empleados, prendas reglamentarias de trabajo y cuidar de que éstas se encuentren limpias.
- 3.- Tener todos los útiles de manejo que obligan los Reglamentos Sanitarios.
- 4.- Participar inmediatamente en caso de cambio de local.

De usted muy atentamente,

PARA USO DE CONTROL SANITARIO

El local cumple con los requisitos reglamentarios para funcionar como:

CLASIFICACIÓN DEL LOCAL : _____

CATEGORÍA : _____

TASA : _____

ZONA : Urbana ()

: Rural ()

Visto Bueno,

SUPERVISOR

Permiso de Funcionamiento Anterior No. _____

Número de Certificado de Salud _____

Cédula de Ciudadanía Responsable No. _____

@tros _____

ANEXO 9



**CUERPO DE BOMBEROS
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**



**CUERPO DE BOMBEROS
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

REQUISITOS GENERALES

- * Solicitud de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- * Copia del RUC
- * Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- * Copia de papeleta de votación del representante legal
- * Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo

PARA ESTABLECIMIENTOS QUE REQUIEREN CONTROL SANITARIO

- * Carné de salud del personal que manipula alimentos (cuando aplique).

REQUISITOS ESPECIFICOS

- * Requisitos adicionales de acuerdo al tipo de empresario.

PERSONA JURÍDICA: Copia de escritura de constitución (primera vez)

ARTESANOS: Calificación artesanal

REQUISITOS ADICIONALES PARA LOS ESTABLECIMIENTOS QUE DESEEN COLOCAR PUBLICIDAD EXTERIOR

- * Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).
- * En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal.
- * Dimensiones y fotografía de la fachada del local (establecimientos con publicidad existente).
- * Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (publicidad nueva).

REQUISITOS ADICIONALES PARA LOS ESTABLECIMIENTOS QUE REQUIEREN DE UN CERTIFICADO AMBIENTAL

- * Certificado ambiental vigente.

SOLICITUD MODELO DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO A LLENAR Y ADQUIRIR EN LAS ADMINISTRACIONES ZONALES DEL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO	
Nombre o Razón Social: _____	Nº. RUC: _____
Dirección o Nombre Comercial: _____	Nº. De Patente actual: _____
Nº. Licencia Metropolitana de Funcionamiento (en vigencia): _____	Nº. Predio: _____
PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD
Nombre completo: _____	Nombre completo del Representante Legal: _____
Nº. C.I.: _____	Nº. C.I. Representante Legal: _____
Jubilado ARTESANOS: _____	No. Resolución: _____
Acuerdo Ministerial No.: _____	Fecha de Resolución: _____
Calificación Artesanal No.: _____	Copias de Resolución: _____ (Distintos)
Fecha de Resolución: _____	Copias de Resolución: _____
(Comentarios)	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
Actividad Económica: _____	
Marque con una X en el material que utiliza:	
<input type="checkbox"/> Madera, papel, opca, similares	<input type="checkbox"/> Plásticos o gases inflamables
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en pallets de madera o en cartón corrugado	<input type="checkbox"/> Productos almacenados en caracasas de madera o envolturas de cartón corrugado
<input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:	
Dimensiones del local (m ²): _____	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
Calle Principal: _____	Calle Secundaria: _____
Edificio: _____	Piso: _____
Planta: _____	Oficina / Departamento No.: _____
Teléfono 1: _____	Teléfono 2: _____
Email: _____	
INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR	
En caso de requerir permiso para publicidad exterior (publi) por favor completar la siguiente información: Local propio <input type="checkbox"/> Local arrendado <input type="checkbox"/>	
Legenda: _____	Tipo de Material: _____
Largo: _____	Altura sobre el nivel de la zona: _____
Ancho: _____	
UBICACION DEL RÓTULO	
Adosado a la fachada frontal: _____	Adosado a la pared lateral: _____
Adosado a la pared trasera: _____	Adosado a la pared superior: _____
TIPO RÓTULO	
Ritmo: _____	Mural: _____
Vitral: _____	Bandera: _____
Paneles Estáticos: _____	Módulos: _____
Otro (especificar): _____	
CROQUIS DE UBICACION	
N	
O	
S	
E	
Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:	
Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Permisos, Control y Prevención de Incendios y Salud.	
FRMA: _____	FUNCIONARIO RESPONSABLE: _____
NOMBRE: _____	FECHA: _____
C.I.: _____	Añ. TRAMITE: _____





MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Nombre o Razón Social: _____ No. RUC: _____
 Denominación o Nombre Comercial: _____ No. de Patente actual: _____
 No. Licencia de Funcionamiento (renovación): _____ No. Predio: _____

PERSONA NATURAL	PERSONA JURIDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD
Nombre completo: _____	Nombre completo del Representante Legal: _____
No. C.I.: _____	No. C.I. Representante Legal: _____
PARA ARTESANOS: Acuerdo Ministerial No.: _____	No. Resolución: _____
Calificación Artesanal No.: _____	Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)
Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)	Capital Suscrito: <input type="text"/>

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Actividad Económica: _____

MATERIAL QUE UTILIZA

- Madera, papel, ropa, similares
- Líquidos o gases inflamables
- Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado
- Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado
- Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:

Dimensiones del local (m2): _____

	CANTIDAD		
	Pequeña	Mediana	Grande

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Calle Principal _____ Calle Secundaria _____ Letra - Número _____
 Edificio _____ Piso _____ Oficina/Departamento N°. _____
 Parroquia _____ Sector o Referencia para ubicación _____
 Teléfono 1: _____ Teléfono 2: _____ E-mail: _____

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rotulo) por favor completar la siguiente información: Local propio Local arrendado
 Leyenda _____ Largo _____ Ancho _____ Altura sobre el nivel de la acera _____ Tipo de Material _____

UBICACIÓN DEL RÓTULO		
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral

TIPO DE RÓTULO						
Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)

CROQUIS DE UBICACIÓN

N

O

E

S

Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:

Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.

Firma: _____
 Nombre: _____
 C.I.: _____

Funcionario Responsable: _____
 Fecha: _____
 N°. Trámite: _____

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Por favor completar a máquina, o con letra imprenta cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

INFORMACIÓN GENERAL

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Patentes, Inspecciones de Bomberos, Inspecciones de Publicidad exterior (cuando el establecimiento mantenga publicidad).

Nombre o Razón Social: Nombre del establecimiento o persona natural, o la razón social tal como consta en el RUC.

Denominación o Nombre Comercial: Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.

Número de RUC: El número de registro de contribuyente y para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el código del establecimiento.

Emisión o Renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Para aquellos establecimientos que se acojan por primera vez al esquema de "Licencia Metropolitana de Funcionamiento" escribir emisión, independientemente de que ya tengan una patente municipal u otros permisos previos. En el caso de aquellos establecimientos que ya realizaron este proceso y ya tienen asignado un número de "Licencia Metropolitana de Funcionamiento", favor escribir **renovación**.

Número de patente actual: En caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana de Funcionamiento ya cuente con un Registro de Patente, favor completar este campo.

Número de predio: Estos campos deben ser completados con información del predio en el cual se ubica el establecimiento, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado. Esta información permitirá ubicar el local para el cual se está solicitando la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

TIPO DE CONTRIBUYENTE

En esta sección se diferenciará a las personas naturales, artesanos y jurídicas u obligadas a llevar contabilidad.

Personas naturales:

Nombre completo: Este campo deberá ser completado por las personas naturales, indicando los nombres y apellidos completos del propietario del negocio.

Número de Cédula de Identidad o ciudadanía: colocar el número de cédula del propietario del negocio.

Los artesanos calificados deberán completar la información:

Acuerdo Ministerial No: Colocar el número de acuerdo ministerial que consta en su calificación de artesano.

Calificación Artesanal No: Colocar el número del carné de la Calificación Artesanal.

Fecha de Resolución: Indicar el día, mes y año que recibió su resolución de la Junta Nacional de Artesanos.

Las personas jurídica u obligada a llevar contabilidad:

Nombre completo del Representante Legal: Indicar los nombres y apellidos completos del representante Legal.

Número de Cédula de Identidad o ciudadanía del Representante Legal: colocar el número de cédula del Representante Legal.

Número de Resolución: Colocar el número de resolución de la Superintendencia de Compañías.

Fecha de Resolución: Indicar el día, mes y año de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

Capital Suscrito: Es el capital que consta en las escrituras de constitución.

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Esta sección será utilizada por el cuerpo de bomberos para analizar el Riesgo de Incendios del establecimiento y definir un esquema de inspecciones. La falsedad en entrega de información será sancionada con la revocatoria de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento y la clausura del establecimiento.

Actividad Económica: Coloque la descripción de la actividad principal que realiza en ese local, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.

En estos campos deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o almacena para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda.

Estimar la cantidad de material que utiliza o almacena

En caso de no almacenar o utilizar ningún tipo de material que pueda incidir en el riesgo de incendios, no marque ninguno de los casilleros.

Dimensiones del local: En este campo, coloque en números claros las dimensiones del establecimiento (en metros cuadrados).

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico.

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

Esta sección será completada únicamente si desea colocar publicidad en su negocio.

Número de rótulos: indicar el número de rótulos que se colocará en el establecimiento.

Local Propio o Local Arrendado: Marcar con una X en el casillero que corresponda

Para cada rótulo detallar la información solicitada

CROQUIS DE UBICACIÓN

Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización a los diferentes inspectores.

ANEXO 10
CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA
PATITAS

CADENA PEREZ ANDREA CAROLINA Y OTROS

En la ciudad de San Francisco de Quito, Capital de la República del Ecuador, hoy día lunes veinte y tres de enero del año dos mil doce, ante mí DOCTOR REMIGIO AGUILAR AGUILAR NOTARIO TRIGESIMO OCTAVO DEL CANTON QUITO, comparece libre y voluntariamente: la señora Andrea Carolina Cadena Pérez, casada; la señora Elsa Cecilia Pérez Ron, casada; y el señor Luis Miguel Camacho Loor, casado los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados en la ciudad de Quito, hábiles y capaces de contratar y obligarse a quienes de conocer doy fe: y, dicen: que elevan a escritura pública la minuta que me entregan cuyo tenor literal es el siguiente: SENOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las siguientes cláusulas: PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen a la celebración de la presente escritura pública la señora Andrea Carolina Cadena Pérez, casada; la señora Elsa Cecilia Pérez Ron, casada; y el señor Luis Miguel Camacho Loor, casado; ecuatorianos, de veinte y tres, cincuenta y tres y veinte y siete años de edad respectivamente:- SEGUNDA: VOLUNTAD DE CONSTITUIR LA COMPANIA.- Los comparecientes de manera libre y voluntaria, expresan que han resuelto unir sus capitales con el fin de constituir una sociedad limitada que se regirá por los estatutos que se transcriben a continuación.- TERCERA: ESTATUTOS.- CAPITULO UNO,- ARTICULO PRIMERO: DE SU DENOMINACION.- La compañía se denominará PATITAS Compañía Limitada.- ARTICULO SEGUNDO: DE LA NACIONALIDAD.- PATITAS Compañía Limitada, tiene nacionalidad ecuatoriana. Está sujeta a las leyes vigentes del Ecuador, especialmente a la de Compañías y a los presentes Estatutos.- ARTICULO TERCERO: DE SU DOMICILIO.- El domicilio principal de la Compañía

PATITAS Compañía Limitada, es el Distrito Metropolitano de Quito, sin perjuicio de que, en la forma prevista en estos Estatutos, puedan establecerse sucursales, agencias o delegaciones en cualquier otro tipo de oficinas, en cualquier lugar del país o del exterior.- ARTICULO CUARTO: DEL PLAZO.- PATITAS Compañía Limitada, tendrá un plazo de duración de cincuenta años, contados desde la fecha de inscripción de la presente escritura de constitución en el Registro Mercantil. Este plazo podrá ser prorrogado o disminuido por resolución adoptada por la Junta General, así como, PATITAS Compañía Limitada, podrá disolverse en forma anticipada por resolución de la Junta General o por las causas previstas por la ley.- ARTICULO QUINTO: OBJETO.- El objeto social de PATITAS Compañía Limitada., será: a) Promover la calidad de vida de los pacientes a través de la experiencia interactiva con los canes; b) Estimular lo social, cognitivo, afectivo y físico en cada canterapia: 1) Podrá realizar toda clase de actos y contratos permitidos por la ley y que guarden relación con su objeto social; y, 2) Para el cumplimiento de su objeto social, la compañía podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidos por las leyes, acordes y necesarios para el cumplimiento de su objeto.- CAPITULO SEGUNDO.- ARTICULO SEXTO.- DEL CAPITAL SUSCRITO.- PATITAS Compañía Limitada, tiene un capital suscrito de veinte y siete mil veinte y cinco con noventa y cinco dólares de los Estados Unidos de América.- ARTICULO SEPTIMO.- DE LAS PARTICIPACIONES.- Las participaciones se presentarán en certificados de aportación, cuyo contenido se sujetará a lo dispuesto en la ley de compañías.- ARTICULO NOVENO.- DE LOS SOCIOS.- Se considera como socios de PATITAS Compañía Limitada, a quienes consten registrados como tales en el libro de participaciones de aquella.- ARTICULO DECIMO.- DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS FRENTE A LA COMPANIA Y TERCEROS.- Se regularán por lo establecido en la ley de Compañías y en el Código Civil, además de los derechos, obligaciones y responsabilidades que constan en otras cláusulas de esta escritura.- ARTICULO DECIMO PRIMERO.- DE LA CESION.- La participación que tiene el socio de PATITAS Compañía Limitada., es transferible por acto entre vivos , en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social. La cesión se hará por escritura pública. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada esta

se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.- ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- DE LA DIRECCION Y DE LA ADMINISTRACION .- PATITAS Compañía Limitada., estará gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Gerente General y el Presidente.- CAPITULO TERCERO.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- ARTICULO DECIMO TERCERO.- DE LAS ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta General, estará formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la Compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La Junta General se reunirá en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.- ARTICULO DECIMO CUARTO.- DEL QUORUM Y MAYORIA DECISORIA.- Salvo disposición en contrario de la ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.- ARTICULO DECIMO QUINTO.- DE LAS ATRIBUCIONES ESPECIFICAS.- Compete específicamente a la Junta General: a) Designar y remover administraciones y gerentes; b) Designar el Consejo de Vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo; c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes; d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades; e) Resolver acerca de la amortización de las participaciones sociales; f) Consentir en la cesión de las participaciones sociales y en la admisión de nuevos socios; g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social; h) Resolver, si en el contrato no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía; i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía; j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas por la ley; k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes; l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores y otro organismo.- ARTICULO DECIMO SEXTO.- DE LAS CLASES DE JUNTAS.- Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador

o del gerente general. La junta general ordinaria, se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía. La junta general extraordinaria, en cualquier época en que fueren convocadas. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión o por los medios previstos en el contrato.- ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- DE LAS CONVOCATORIAS ESPECIALES.- El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán pedir por escrito, en cualquier tiempo, al administrador o a los organismos directivos de PATITAS Compañía Limitada,. La convocatoria a una junta general de socios para tratar de los asuntos que indiquen en su petición.- ARTICULO DECIMO OCTAVO.- DEL PRESIDENTE Y DEL SECRETARIO DE LA JUNTA.- La Compañía tendrá un Presidente que será elegido por la Junta General de entre los socios de la Compañía o fuera de ellos, quien durará por un período de cinco años, podrá ser reelegido por períodos iguales. Las sesiones de la Junta General serán dirigidas por el Presidente de PATITAS Compañía Limitada; a la falta de él por el socio designado por la Junta. Actuará como Secretario el Gerente General, y en su falta, la persona que la Junta determine, siendo las ATRIBUCIONES Y OBLIGACIONES DEL PRESIDENTE las siguientes: a) Supervigilar la buena marcha de la Compañía y el cumplimiento de la ley y de los presentes estatutos; b) Presidir la Junta General de los socios; c) Firmar conjuntamente con el Gerente General los contratos que por su naturaleza y por estos Estatutos sean necesarios, especialmente aquellos cuya cuantía sobrepasen la suma máxima fijada para el efecto por la Junta General; d) Ejercer las demás funciones que confieren los Estatutos y la Ley de Compañías.- ARTICULO DECIMO NOVENO.- DE LAS ACTAS.- El acta de las deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y el secretario de la junta. Se formará un expediente de cada junta, en la forma señalada en la ley y los estatutos.- ARTICULO VIGESIMO.- DE LA REPRESENTACION LEGAL DE LA COMPANIA.- La representación legal, judicial y extrajudicial de PATITAS Compañía Limitada., la tiene el Gerente General, quien será designado de entre los socios de la Compañía o fuera de ellos, el mismo que durará en sus funciones cinco años y podrá ser reelegido por

períodos iguales. ARTICULO VIGESIMO PRIMERO.- DE LA SUBROGACION.- El representante legal, judicial y extrajudicial PATITAS Compañía Limitada., es el Gerente General. Únicamente en su ausencia, temporal o definitiva, será reemplazado por el Presidente de la Compañía; y, a falta de este, lo sustituirá, el socio designado por la junta general.- ARTICULO VIGESIMO SEGUNDO.- DE LA FISCALIZACION.- El órgano fiscalizador de PATITAS QUE AYUDAN Compañía Limitada., es la Junta General.- ARTICULO VIGESIMO TERCERO.- DEL FONDO DE RESERVA.- La empresa PATITAS Compañía Limitada., formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social. En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.- ARTICULO VIGESIMO CUARTO.- DE LAS FACULTADES Y OBLIGACIONES DEL GERENTE GENERAL.- a) A falta de estipulación contractual o de resolución de la Junta General, se entenderá que se halla facultado para representar a PATITAS Compañía Limitada judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueran extraños al contrato social, de aquellos que pudieran impedir que posteriormente PATITAS Compañía Limitada., cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social. b) Además, estará obligado a presentar el balance anual y la cuenta de ganancias y pérdidas, así como la propuesta de distribución de beneficios en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico. c) Nombrar y remover al personal de la Compañía, señalar su remuneraciones de conformidad con el presupuesto; d) Cuidar el archivo y correspondencia de la Compañía; e) Intervenir en las escrituras públicas de enajenación de bienes inmuebles de la Compañía o en el establecimiento de gravámenes sobre ellos conjuntamente con el Presidente, previa autorización de la Junta General de Socios; f) El Gerente General estará prohibido de dedicarse por cuenta propia o ajena, al mismo género u objeto al cual está dedicada la Compañía; salvo que el Gerente General sea socio de la misma; g) Ejercer las demás atribuciones constantes en la Ley de Compañías.- ARTICULO VIGESIMO QUINTO.- DE LA DISOLUCION Y LIQUIDACION.- La compañía se disolverá por cualquiera de las causas establecidas en la Ley de Compañía. Para efectos de disolución y liquidación se estará a lo que dispone la Ley de Compañías

reformada. En caso de liquidación actuará como liquidador el Gerente de la Compañía, salvo que la Junta General de Accionistas decida que actúe expresamente otra persona.- ARTICULO VIGESIMO SEXTO.- En lo no previsto en lo dispuesto en los presentes estatutos se estará en lo dispuesto en la Ley de Compañías y sus reglamentos.- ARTICULO VIGESIMO SEPTIMO.- DE LA INTEGRACION DE CAPITAL.- El capital social de la Compañía es de veinte y siete mil veinte y cinco 95/100 dólares de los Estados Unidos de América, el mismo que es pagado el cincuenta por ciento en numerario; mientras que el saldo se integrará en un plazo no mayor de doce meses, contados a partir de la fecha de constitución de PATITAS Compañía Limitada., conforme el siguiente detalle: a) la señora Andrea Carolina Cadena Pérez suscribe seis mil ochocientos cuarenta y dos participaciones y paga (USD 3.421.00) dólares de los Estados Unidos de América, la señora Elsa Cecilia Pérez Ron suscribe trece mil trescientos cuarenta y dos participaciones y paga (USD 13.342.00) dólares de los Estados Unidos de América, el señor Luis Miguel Camacho Loor suscribe seis mil ochocientos cuarenta y dos participaciones y paga (USD 3.421.00) dólares de los Estados Unidos de América, de conformidad con el siguiente cuadro de participaciones.

Socio	Capital Suscrito	Capital Numerario	Capital Pagar en Numerario	Participación
Cadena Pérez Andrea Carolina	6.842.00	3.421.00	3.421.00	6.842.00
Pérez Ron Elsa Cecilia	13.342.00	13.342.00	13.342.00	13.342.00
Camacho Loor Luis Miguel	6.842.00	3.421.00	3.421.00	6.842.00

CAPITULO CUARTO.- AUTORIZACION.- Los comparecientes el primero por sus propios derechos y los restantes facultan y autorizan al Doctor Wilfrido Sánchez Aíllon, abogado en libre ejercicio profesional con matrícula cuatro mil novecientos setenta y uno del Colegio de abogados de Pichincha, para que realice todas las gestiones, ante cualquier persona y o autoridad y o institución tendientes a perfeccionar y legalizar el presente contrato de la Compañía.

ANEXO 11

CRONOGRAMA DE OPERACIÓN Y VENTAS

Para formular el cronograma se ha definido un crecimiento de la demanda del 10% durante los 5 primeros años y 5% en adelante. Para determinar la cantidad de personas atendidas se calculo 8 horas al día por los 360 días al año, de las personas que ingresen al centro por discapacidad y/o enfermedad crónica, durante el primer año aprovechando el 67% de la capacidad instalada. Para así poder ir incrementando el número de atenciones a los pacientes y poder aprovechar cada vez más la capacidad instalada del centro.

Años	Capacidad Utilizada	Personas Atendidas	Demanda proyectada de personas con algún tipo de enfermedad y/o discapacidad	Participación en el Mercado
1	67%	2880	5853433	0.05%
2	69%	2995	5982591	0.05%
3	72%	3115	6114600	0.05%
4	75%	3240	6249520	0.05%
5	78%	3369	6528359	0.05%
6	81%	3504	6672409	0.05%
7	84%	3644	6819639	0.05%
8	88%	3790	6970116	0.05%
9	91%	3941	7123914	0.06%
10	95%	4099	7281106	0.06%

Elaborado por: Carolina Cadena P.

Las sesiones de tratamiento tendrán un tiempo determinado de 45 minutos por día, el cual tendrá un costo de \$24 por sesión, este valor se obtuvo tomando como referencia el costo de consulta médica y el de los diferentes centros que se dirigen al mismo target , tomando también en cuenta a los costos unitarios.

ANEXO 12

CALCULO DE COSTOS Y GASTOS UNITARIOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO Y GASTOS TOTALES	65,752.68	73,873.92	73,873.92	73,216.49	72,559.06	71,164.79	70,507.36	69,849.93	69,192.51	68,535.08
PERSONAS ATENDIDAS	2,880.00	2,995.20	3,115.01	3,239.61	3,369.19	3,503.96	3,644.12	3,789.88	3,941.48	4,099.14
COSTOS Y GASTOS UNITARIOS	22.83	24.66	23.72	22.60	21.54	20.31	19.35	18.43	17.55	16.72

Elaborado por: Carolina Cadena P.

ANEXO 13

DETERMINACION DE INVERSIONES

DETALLE	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
Inversiones tangibles - Activos Fijos			57,415.46
Inversiones tangibles - Activos Fijos - Operación		53,104.10	
Terreno - 350 m2 - costo por m2	12,495.00		
Construcciones	38,980.32		
Equipo Medico	1,157.54		
Equipo para canes	471.24		
Inversiones tangibles - Activos Fijos - Administración		4,311.37	
Muebles y enseres	1,034.28		
Equipos de Oficina	1,601.74		
Equipos de Computación	1,213.80		
Equipo de Cafeteria	461.55		
Inversiones Intangibles - Activos Diferidos			3,684.24
Constitucion legal	3,264.00		
Permisos y patentes costo anual	420.24		
Capital Trabajo			9,533.67
Capital de Trabajo operación	5,178.36		
Capital de trabajo de administración	4,157.26		
Capital de trabajo ventas	198.04		
TOTAL DE INVERSIONES			<u>70,633.37</u>

PLAN DE INVERSIONES

DETALLE	PERIODO PREOPERACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Inversiones tangibles - Activos Fijos	57,415.46	-	-	-	1,213.80	-	471.24	1,213.80	-	-	1,213.80
Inversiones tangibles - Activos Fijos - Operación	53,104.10	-	-	-	-	-	471.24	-	-	-	-
Terreno - 350 m2 - costo por m2	12,495.00										
Construcciones	38,980.32										
Equipo Médico	1,157.54										
Equipo para canes	471.24						471.24				
Inversiones tangibles - Activos Fijos - Administración	4,311.37	-	-	-	1,213.80	-	-	1,213.80	-	-	1,213.80
Muebles y enseres	1,034.28							-			-
Equipos de Oficina	1,601.74										
Equipos de Computación	1,213.80				1,213.80			1,213.80			1,213.80
Equipo de Cafetería	461.55										
Inversiones Intangibles - Activos Diferidos	3,684.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Constitución legal	3,264.00										
Permisos y patentes costo anual	420.24										
Capital Trabajo	9,533.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo operación	5,178.36										
Capital de trabajo de administración	4,157.26										
Capital de trabajo ventas	198.04										
TOTAL DE INVERSIONES	70,633.37	-	-	-	1,213.80	-	471.24	1,213.80	-	-	1,213.80

Elaborado por: Carolina Cadena P.

ANEXO 14

ANALISIS SALARIAL

DETALLE	No. Empleados	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS	Fondos de Reserva	Vacaciones	Valor por persona Año 1	Valor total Año 1	Valor por persona Año 2	Valor total Año 2
Sueldos y Salarios – Operación									29,556.20		32,406.20
Mano de obra directa									18,541.60		20,341.60
Terapeuta	2	3,600.00	300.00	298.00	437.40	300.00	150.00	4,635.40	9,270.80	5,085.40	10,170.80
Guia canino / Adiestrador	2	3,600.00	300.00	298.00	437.40	300.00	150.00	4,635.40	9,270.80	5,085.40	10,170.80
Mano de obra indirecta									11,014.60		12,064.60
Medico General	1	2,400.00	200.00	298.00	291.60	200.00	100.00	3,189.60	3,189.60	3,489.60	3,489.60
Veterinario	1	2,400.00	200.00	298.00	291.60	200.00	100.00	3,189.60	3,189.60	3,489.60	3,489.60
Recepcionista	1	3,600.00	300.00	298.00	437.40	300.00	150.00	4,635.40	4,635.40	5,085.40	5,085.40
Sueldos y salarios - Administración									15,352.00		16,852.00
Gerente General	1	7,200.00	600.00	298.00	874.80	600.00	300.00	8,972.80	8,972.80	9,872.80	9,872.80
Asesor de Marketing	1	2,400.00	200.00	298.00	291.60	200.00	100.00	3,189.60	3,189.60	3,489.60	3,489.60
Contador	1	2,400.00	200.00	298.00	291.60	200.00	100.00	3,189.60	3,189.60	3,489.60	3,489.60
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS									44,908.20		49,258.20

Elaborado por: Carolina Cadena P.

ANEXO 15

COSTOS OPERACIONALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<u>Costos directos de operación</u>										
Mano de obra directa	18,541.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60	20,341.60
Insumos para canes	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96	849.96
Total Costos Directos	19,391.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56	21,191.56
<u>Gastos de operación</u>										
Mano de obra indirecta	11,014.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60	12,064.60
Seguro de maquinaria	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79	54.79
Total Gastos de operación	11,069.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39	12,119.39
Subtotal costos y gastos de operación	30,460.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95	33,310.95
Imprevistos	609.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22	666.22
Gasto depreciación	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12	1,943.12
<u>TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN</u>	<u>33,013.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>	<u>35,920.28</u>

Elaborado por: Carolina Cadena P.

ANEXO 16

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	15,352.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00	16,852.00
Suministros de oficina	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20	793.20
Suministros de limpieza	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76	263.76
Luz, agua, teléfono, internet	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52	893.52
Empresa de seguridad	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00
Empresa de limpieza	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00	3,576.00
Permisos y patentes costo anual		412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00
Constitución legal		3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00
Subtotal	24,454.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48	29,566.48
Imprevistos	489.09	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33	591.33
Gasto depreciación	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30	611.30
Gastos amortización	736.85	736.85	736.85	736.85	736.85					
Total gastos administrativos	26,291.72	31,505.96	31,505.96	31,505.96	31,505.96	30,769.11	30,769.11	30,769.11	30,769.11	30,769.11

Elaborado por: Carolina Cadena P.

ANEXO 17

GASTOS DE VENTAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Plan de medios	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96	1,044.96
Transporte del servicio de terapia hasta el punto acordado con el paciente	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Subtotal gastos de ventas	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96	1,164.96
Imprevistos	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30	23.30
<u>Total gasto de ventas</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>	<u>1,188.26</u>

Elaborado por: Carolina Cadena P.

ANEXO 18

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (USD)

DETALLE	PREOPE RACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Utilidad Neta		9,127.32	2,550.82	4,536.64	7,021.00	9,587.97	12,710.59	15,452.83	18,287.99	21,219.79	24,252.10
(-) Inversiones	-70,633.37	-	-	-	-1,213.80	-	-471.24	-1,213.80	-	-	-1,213.80
(+) Depreciaciones		2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42	2,554.42
(+) Amortizaciones		736.85	736.85	736.85	736.85	736.85					
(+) Crédito	43,828.46										
(-) Pago de deuda		-	-	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56	5,478.56
(+) Recuperación de Capital de Trabajo											9,533.67
(+) Recuperación de Activos Fijos											36,278.05
Flujo de Caja Neto	-26,804.91	12,418.59	5,842.09	13,306.46	14,577.02	18,357.79	20,272.33	22,272.00	26,320.96	29,252.77	76,882.99

Elaborado por: Carolina Cadena P.