



INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
ESCUELA CANINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A
PARTIR DEL AÑO 2025.

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE TÉCNICO
SUPERIOR EN VENTAS**

PAULETTE ANDREA BARAHONA MANDICH

GUAYAQUIL - ECUADOR

2024



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO: Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.		
AUTOR: Paulette Andrea Barahona Mandich	TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA	
INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios "HUMANE"	FACULTAD: Ventas	
CARRERA: Técnico Superior en Ventas		
FECHA DE PUBLICACIÓN: Julio de 2024	Nº DE PÁG: 119	
ÁREA TEMÁTICA: Plan de negocio.		
PALABRAS CLAVE: plan financiero, inversión, escuela canina, maltrato, Guayaquil.		
RESUMEN: Un emprendedor requiere de manera esencial un plan empresarial, el cual le proporciona la capacidad de definir metas transparentes y directrices sobre la gestión del negocio. El presente estudio tiene como finalidad desarrollar un esquema detallado para un Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025. Concretamente, esta propuesta persigue como meta específica evaluar el efecto de la implementación de un plan empresarial en el aumento de las cifras de ventas del proyecto bajo la denominación legal "No Control Lona".		
Nº DE REGISTRO: V-EC-09-02	Nº DE CLASIFICACIÓN: V-EC-09-02	
DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0981228991	E-mail: pbarahona@es.humane.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	Teléfono: (04) 288 2710	
	Mail: cpazmino@humane.edu.ec	

Quito: Av. Whympner E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi sincero agradecimiento a mi familia y amigos por su apoyo constante, palabras de ánimo y comprensión durante las largas horas de investigación y redacción, el amor y respaldo incondicional han sido la gran motivación.

Esta tesis representa no solamente el producto de mis esfuerzos, sino también el sólido respaldo que he recibido a lo largo de este proceso. Agradezco a mis tutores de Ing. Andrés Alprecht y Ing. Carlos Pazmiño por su valiosa orientación, paciencia y sabios consejos, su guía ha sido esencial para dar forma y dirección a este trabajo.

Este logro no habría sido posible sin el apoyo de todas estas personas, cada uno de ustedes han contribuido significativamente en mi trayecto hacia la finalización de esta tesis. Les dedico este trabajo con profunda gratitud y espero que los resultados de esta investigación puedan enriquecer nuestro compromiso y tener impacto positivo en el campo académico.

¡Gracias a todos por ser parte de este hito en mi vida académica!

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a mí, aplaudo el esfuerzo, dedicación constante y perseverancia los cuales han sido el motor para lograr cada uno de los pasos que he dado en este viaje. Agradezco profundamente la confianza sólida durante los momentos de incertidumbre, esta tesis y el proyecto de la escuela canina simbolizan el compromiso y crecimiento de las metas que se pueden lograr.

A mi querida hermana Lilibeth tus consejos sinceros y contagiosa pasión han iluminado mi camino desde el principio, tu amor incondicional por los animales me inspiro a perseverar incluso cuando los obstáculos parecerían insuperables, esta tesis es un reconocimiento a ti y a nuestras risas compartidas, recordando que la pasión y el trabajo van de la mano.

A mis adorables abuelos Angela y Ramón por su sabiduría y amor sin límites son una luz guía en mi vida, sus historias de tenacidad, sacrificio y éxito han sido una fuente constante de inspiración para mí; esta tesis honra su legado y agradezco por el apoyo que siempre me han brindado todos estos años.

A mis leales compañeros peludos, Loki y Luna su lealtad inquebrantable y travesuras juguetonas han llenado mis días de alegría y amor sincero su presencia contante ha sido mi refugio en momentos de estrés; esta tesis se rige en honor a ellos, recordando que el vínculo entre humanos y animales es esencial en nuestra existencia.

Que esta tesis sea un tributo a los lazos que compartimos y un recordatorio de que los sueños pueden materializarse mediante amor, dedicación y el esfuerzo conjunto.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Guayaquil, julio de 2024

Yo, **Paulette Andrea Barahona Mandich** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios "HUMANE", según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Paulette Andrea Barahona Mandich

C.I: 0923720031

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, julio de 2024

Certifico que el trabajo titulado **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA CANINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2025”** ha sido elaborado por **Paulette Andrea Barahona Mandich** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan de negocio tiene como objetivo establecer una escuela canina de alta calidad en la ciudad de Guayaquil para brindar servicios de educación, entrenamiento y cuidado para perros. La escuela canina busca convertirse en el referente líder en el adiestramiento y bienestar de mascotas en la región, ofreciendo una experiencia única para dueños de perros y sus compañeros caninos.

La ciudad de Guayaquil presenta una creciente comunidad de amantes de los perros y dueños responsables de mascotas. Existe una demanda insatisfecha de servicios de entrenamiento y cuidado canino de calidad. Nuestra escuela canina se centrará en atender esta demanda, brindando servicios personalizados para perros de todas las edades, razas y niveles de habilidad.

Ofreceremos una variedad de servicios

1. Adiestramiento Canino: Clases de obediencia, socialización, comportamiento y trucos.

2. Cuidado Diurno y Hospedaje: Espacios seguros y supervisados para que los perros interactúen y se diviertan.

3. Asesoría Nutricional: Recomendaciones de alimentación y cuidado para una vida saludable.

4. Venta de Accesorios: Productos relacionados con el cuidado y entrenamiento de perros.

Diferenciadores Clave

1. Equipo Experto: Contamos con entrenadores y cuidadores altamente capacitados y amantes de los perros.

2. Enfoque Personalizado: Adaptamos los programas a las necesidades individuales de cada perro y dueño.

3. Instalaciones Seguras: Espacios diseñados para la comodidad y seguridad de los perros.

4. Compromiso con el Bienestar: Promovemos prácticas de entrenamiento positivas y métodos de cuidado responsables.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Utilizaremos estrategias en línea y fuera de línea para promocionar nuestros servicios, incluyendo presencia en redes sociales, publicidad local, colaboraciones con veterinarios y participación en eventos caninos.

Nuestro plan de negocio se basa en una inversión inicial para establecer instalaciones seguras y equipadas. Los ingresos provendrán de tarifas de adiestramiento, cuidado diurno, hospedaje y ventas de productos. Proyectamos un crecimiento constante a medida que ganamos reconocimiento en la comunidad canina de Guayaquil.

La creación de una escuela canina en Guayaquil en el año 2025 es una oportunidad emocionante para llenar un vacío en el mercado de servicios para perros. Estamos comprometidos con la educación, el bienestar y la felicidad de los perros y sus dueños, y esperamos establecernos como el líder en la industria canina en la región.

ABSTRACT

Our business plan aims to establish a high-quality canine school in the city of Guayaquil, providing education, training, and care services for dogs. The canine school aims to become the leading authority in pet training and well-being in the region, offering a unique experience for dog owners and their canine companions.

The city of Guayaquil boasts a growing community of dog lovers and responsible pet owners. There is an unmet demand for high-quality canine training and care services. Our canine school will focus on addressing this demand by providing personalized services for dogs of all ages, breeds, and skill levels.

We will offer a variety of services:

1. Canine Training: Obedience, socialization, behavior, and tricks classes.
2. Daycare and Boarding: Secure and supervised spaces for dogs to interact and have fun.
3. Nutritional Counseling: Recommendations for healthy nutrition and care.
4. Accessories Sales: Products related to dog care and training.

Key Differentiators:

1. Expert Team: We have highly trained and passionate trainers and caregivers who love dogs.
2. Personalized Approach: We tailor programs to the individual needs of each dog and owner.
3. Secure Facilities: Spaces designed for dogs' comfort and safety.
4. Commitment to Well-being: We promote positive training practices and responsible care methods.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

We will employ online and offline strategies to promote our services, including social media presence, local advertising, collaborations with veterinarians, and participation in canine events.

Our business plan is based on an initial investment to establish secure and equipped facilities. Revenues will come from training fees, daycare, boarding, and product sales. We project steady growth as we gain recognition in the canine community of Guayaquil.

The creation of a canine school in Guayaquil in the year 2025 presents an exciting opportunity to fill a gap in the dog services market. We are dedicated to the education, well-being, and happiness of dogs and their owners, and we look forward to establishing ourselves as leaders in the canine industry in the region.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema.....	6
1.2. Formulación del problema	7
1.3. Sistematización del problema	7
1.4. Objetivos	7
1.5. Justificación práctica	8
1.6. Marco teórico.....	9
1.7. Marco conceptual	38
CAPÍTULO 2: PROPUESTA COMERCIAL.....	39
2.1. Descripción de la empresa	40
2.2. Estrategia genérica	46
2.3. Estructura organizacional: Organigrama	57
2.4. Plan de marketing	58
2.4.1 Contexto general del mercado	58
2.4.2 Perfil del cliente	59
2.4.3 Estrategia de producto	60
2.4.4. Estrategia de precio.....	61
2.4.5 Estrategia de distribución.....	62
2.4.6 Estrategia de promoción	63
2.4.7 Estrategia de personas	63
2.4.8 Estrategia de procesos	64
2.4.9 Estrategia de evidencia física	68
2.5. Plan de acción	70
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO.....	75
3.1 Principales supuestos financieros	76
3.2 Inversión inicial	76
3.3. Sueldos y salarios	77
3.4. Productos o servicios.....	79
3.5. Venta.....	80
3.6 Costos.....	81
3.7 Gastos	81
3.8 Condiciones de préstamo	82
3.9 Indicadores económicos.....	83
3.10 Punto de equilibrio.....	83
3.11 Razones financieras.....	84
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	88
ANEXOS	110
Anexo 1. Sueldos	110
Anexo 2. Demanda anual de servicios.....	115
Anexo 3. Ventas anuales	120
Anexo 4. Costos anuales.....	124
Anexo 5. Gastos	125
Anexo 6. Condiciones de pago	128

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

INDICE DE TABLAS

TABLA NO. 1 PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
TABLA NO. 2 LIENZO CANVAS.....	43
TABLA NO. 3 FUERZA DE PORTER NO CONTROL LONA.....	48
TABLA NO. 4 ELABORACIÓN DEL FODA.....	51
TABLA NO. 5 FODA CRUZADO.....	52
TABLA NO. 6 ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS CON FECHAS.....	53
TABLA NO. 7 ELABORACIÓN DE ANÁLISIS PESTEL.....	54
TABLA NO. 8 ANÁLISIS DE LINKERT.....	55
TABLA NO. 9 PLAN DE ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA 1.....	70
TABLA NO. 10 PLAN DE ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA 3.....	71
TABLA NO. 11 PLAN DE ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA 4.....	73
TABLA NO. 12 PLAN DE ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA 5.....	74
TABLA NO. 13 SUPUESTOS ECONÓMICOS.....	76
TABLA NO. 14 INVERSIÓN INICIAL DE NO CONTROL LONA.....	77
TABLA NO. 15 SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	78
TABLA NO. 16 SUELDOS DEL PERSONAL OPERATIVO.....	78
TABLA NO. 17 DEMANDA ANUAL DE LOS SERVICIOS.....	79
TABLA NO. 18 VENTA TOTALES ANUALMENTE.....	80
TABLA NO. 19 COSTOS TOTALES ANUALMENTE.....	81
TABLA NO. 20 GASTOS OPERACIONALES.....	81
TABLA NO. 21 PRÉSTAMO BANCARIO.....	82
TABLA NO. 22 INDICADORES ECONÓMICOS.....	83
TABLA NO. 23 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	84
TABLA NO. 24 RATIOS FINANCIEROS.....	85

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN NO. 1 LUGARES PET FRIENDLY	15
ILUSTRACIÓN NO. 2 WORKPLACES PET FRIENDLY	17
ILUSTRACIÓN NO. 3 PLACAS Y COLLARES	34
ILUSTRACIÓN NO. 4 LOCALIZADOR GPS	34
ILUSTRACIÓN NO. 5 TATUAJES	35
ILUSTRACIÓN NO. 6 MICROCHIP SUBDÉRMICO	36
ILUSTRACIÓN NO. 7 FUERZA DE PORTER DE NO CONTROL LONA	49
ILUSTRACIÓN NO. 8 ORGANIGRAMA DE NO CONTROL LONA	57
ILUSTRACIÓN NO. 9 FLUJOGRAMA DE PROGRAMACIÓN.....	66
ILUSTRACIÓN NO. 10 FLUJOGRAMA DE ENTRENAMIENTO	67
ILUSTRACIÓN NO. 11 LOGO NO CONTROL LONA.....	68
ILUSTRACIÓN NO. 12 UNIFORMES DE NO CONTROL LONA.....	68
ILUSTRACIÓN NO. 13 TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	69

INTRODUCCIÓN

Al principio de las épocas se han ido estudiando y luchando por los derechos de los animales; el tema que lo impulso para poder dar un impacto legal fue por la publicación de “Liberación animal de Peter Singer en 1975 y la iniciativa que tomo la Declaración Universal de los Derechos Animales en 1977”. (Faria, 2015)

Las mascotas hoy en día cumplen un rol importante pasaron de ser una simple mascota a formar parte de la familia, cuentan con sus propios derechos los cuales fueron elaborados en febrero del año 2009 y entro en vigencia el mismo año en el mes de agosto por “El ministerio de Derechos sociales y agendas 2030; en las cuales existen penalidades en caso de incumplirlas”. (Ministerio del Ecuador, 2021)

Al existir una convivencia mayor entre esta especie, el ser humano en sí requiere que los perros sean adiestrados para así mejorar la calidad de vida que comparten junto a ellos, hay una mayor educación en su sistema por lo cual pueden convivir con una familia y niños. La educación para mascotas nace desde la necesidad de brindar seguridad y confianza para cada familiar de que no serán atacados por su mascota, no defecarán en cada esquina o rincón de su hogar.

Cómo lo menciona la (Asociación de Perros Guía Murcia), la primera escuela para perros surgió de la necesidad de ayudar a las “personas ciegas en el año de 1780 en París debido a la primera guerra mundial” ya que soldados regresaban en condiciones catastróficas; el modus operandi era sometimiento a golpes, maltrato y castigo para así lograr obtener un perro fuerte y disciplinado.

El plan de negocios de “no control lona” es estudiar el comportamiento no solo de su mascota sino también de la conducta humana de su dueño, para

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

así lograr una mayor una corrección en la conexión de las directrices que sean creado a medida de su crecimiento debido a la falta de conocimiento del tema.

La educación que le brindan a cada mascota es basada erróneamente, las personas desean que sus mascotas le obedezcan a base de gritos, amenazas y golpes que no dan resultado alguno, sino que rompen el vínculo creado y le otorgan miedo, estrés y que sean agresivo.

.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Capítulo 1: Diseño de la investigación

Problema a investigar

Actualmente en Guayaquil existe un gran sinnúmero de perros abandonados en las calles, carreteras o parques. Citando el artículo de periódico Diario Extra “del año pasado el número que manejaba Guayaquil en abandonos era aproximadamente de 190.000 animales deambulando este resultado es debido a un cuestionario realizado por Cabildo que fue correctamente respondido por **Shirley Moreno**, directora municipal de **Bienestar Animal**”. (Párraga, 2022)

La crianza que les dan a las mascotas, hoy en día cuando adoptan u obtienen un perro es muy sencillo y básica; el perro estando en su edad temprana, es decir, al ser pequeño la perspectiva que tiene el dueño es de que son menos "problemáticos" dejan que a medida que crecen toda acción de destruir un calcetín hasta de robar un pedazo de carne de un plato sea visto como "correcto", cuando crecen este comportamiento que no fue corregido a tiempo y se realiza en una edad adulta tiende a ser molesto y nada tolerando, llegando así a la decisión de deshacerse de su “mascota”.

Las personas que no cuentan con una tenencia responsable de su mascota y del correcto proceso de educación deciden buscar la solución por sus propios medios como:

- Corregir mediante golpes y gritos a su mascota.
- Reducir periodos de comida.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Abandono en calles, parque e incluso solo dejarlos vivir fuera de su domicilio.
- Matarlos.

El mal uso de los implementos como alimentación envenenada para así minimizar con la cantidad de perros abandonados es la opción más rápida que cada ciudadano toma para “ayudar” y terminar con el deambular de estos animales.

Es importante mencionar que en la etapa de abandono de la mascota se toma que aumenta la cantidad debido que los perros abandonados no están esterilizados y eso aumenta el número debido a la procreación demás perros.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

1.1. Planteamiento del problema

Tabla No. 1 Planeamiento del problema

SINTOMA	CAUSA	PRONÓSTICO	CONTROL DEL PRONÓSTICO
1. Desconocimiento de la marca.	Falta de estrategias comerciales	La falta de estrategias comerciales adecuadas, una mala distribución de la enseñanza de los animales y la incorrecta capacitación del personal encargado junto un bajo proceso de educación que tienen los dueños conllevaría a un constante maltrato a sus mascotas y el declive de la empresa.	Sería ideal implementar un plan de negocios para la creación de una escuela de capacitación canina en la ciudad de guayaquil del año 2025.
2. Enfrentamiento constante con los animales.	Distribución poco adecuada con las demás razas de mascotas debido a lo desconocido de su comportamiento.		
3. Personal no capacitado.	Información errónea del aprendizaje.		
4. Alta demanda de mascotas traumatizadas.	Alto nivel de maltrato por los dueños por falta de culturización en trato de mascotas.		
5. Tiempo de respuesta lenta de enseñanza a las mascotas.	Capacitación poco adecuada respecto al trato de sus dueños a las mascotas.		

1

¹ Nota: Esta tabla muestra cada punto que se debe mejorar para lograr implementar un plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil del año 2024-

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

1.2. Formulación del problema

- ¿Cuál sería el impacto de plan de negocio para la creación de una escuela de capacitación canina en la ciudad de Guayaquil, 2025?

1.3. Sistematización del problema

- ¿Cuál sería las estrategias comerciales eficaces para el éxito del plan de negocio?
- ¿Cómo mejorar la distribución para evitar los enfrentamientos?
- ¿Cuál sería las capacitaciones idóneas para el personal encargado de cuidado de mascota?
- ¿Cuál es el efecto que ocasiona la falta de cultura de educación de las personas respecto al cuidado canino?
- ¿Cuál sería la mejor forma de capacitar a los dueños para el debido cuidado de su mascota?

1.4. Objetivos

Objetivo General

- Determinar el impacto del plan de negocio para la creación de una escuela de capacitación canina en la ciudad de Guayaquil, 2025

Objetivos específicos

- Elaborar estrategias comerciales eficaces para el éxito del plan de negocio.
- Establecer espacios adecuados e ideales para los diferentes comportamientos de las mascotas.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Implementar capacitaciones, programar seminarios para el correcto manejo de información que debe tener el personal encargado de cada área.
- Determinar el impacto de afectación que reciben las mascotas debido a la falta de conocimiento o culturización de educación.
- Cementar un programa personalizado para el óptimo aprendizaje sobre el cuidado correcto de su mascota.

1.5. Justificación práctica

Debido a la falta de proceso de educación canina que prestan los dueños a sus mascotas, la falta de tenencia de responsabilidad en varias familias ecuatorianas y análisis cercanos a esta situación de abandono nace el proyecto de un plan de negocio para la creación de una escuela canina en Guayaquil, en el cual brindan servicios de cuidado responsable, adiestramiento, agilidad, una correcta socialización, educación temprana, desarrollo de instintos, entre otros; también cursos, programas y capacitaciones para que los dueños tenga una culturalización sobre la educación de ambos.

En el análisis se evalúan el historial de costumbres de la familia y mascota con el fin de obtener óptimos resultados en su convivir con demás animales y personas.

El objetivo de “no control lona” es la corrección y eficaz aprendizaje de su mascota bajo la comprensión, confianza y cariño que se le da a la mascota, premiando los esfuerzos o tareas cumplidas creando así una conexión entre la mascota y el dueño. Brindando un buen acompañamiento en lugares cercanos para cada familia en la ciudad de Guayaquil con el fin de expansión con los conocimientos adquiridos a más provincias.

1.6. Marco teórico

“No se trata de controlar a tu mascota sino aprender juntos el verdadero estilo de vida para ambos” – (Paulette Barahona Mandich, 2023)

A continuación, se visualiza las obligaciones, prohibiciones y derechos tanto penales como civiles aprobados en las diferentes ciudades de Ecuador que brinda conocimiento sobre lo que pasaría en caso de maltrato animal. El (Ministerio del Ecuador, 2021)

Obligaciones

- Brindar de un lugar en perfectas condiciones para la mascota.
- Brindar una correcta educación y socialización con su entorno.
- Limpiar los desechos generados por su mascota.
- Entre otros.

Prohibiciones

- No maltratar ni golpear.
- No abandonar o no brindarle comida.
- Envenenarlos para un fácil ajuste.
- Mantenerlo enjaulado o atado en lugares abiertos.
- Crear un concepto erróneo con imágenes de los animales.

El Código Penal Ecuatoriano a lo largo de sus artículos lo que menciona referente a los animales es lo siguiente:

- Muerte a un animal doméstico en el lugar de su residencia.
- Prohibición de tenencia de animales domesticados en bienes declarados en propiedad horizontal.
- La zoofilia.
- Contravenciones penales.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Código penal: Art. 414: “el que, sin necesidad, matare a un animal doméstico...”

art. 517: “el bestialismo se reprimirá con reclusión mayor de cuatro a ocho años”.

Código civil: Prohibición de tenencia de animales domésticos o domesticados en bienes declarados en propiedad horizontal. La finalidad de las restricciones es mantener la armonía y la convivencia entre los vecinos, evitando conflictos que puedan surgir a causa de la presencia de mascotas en las zonas comunes del edificio, condómino o en las casas de otros propietarios. (Ministerio del Ecuador, 2021)

Estrategia comercial: concepto

La estrategia comercial es un conjunto de acciones planificadas y con coordinación que realiza la empresa para alcanzar sus objetivos específicos, dentro de este marco se encierra la definición del público al que quieren llegar, pautas publicitarias, precios. El objetivo es optimizar recursos de la empresa. (Tapia, 2018, pág. 12)

Importancia de la estrategia comercial

La estrategia comercial es importante para el éxito de una empresa porque le permite diferenciarse de la competencia, adaptarse a los cambios del mercado, identificar oportunidades, fidelizar clientes y mejorar su rentabilidad. Una buena estrategia comercial es clave para la vitalidad y el crecimiento de una empresa. (Dwit, 2021)

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Plan estratégico comercial

Un plan estratégico es un documento que establece un sistema de seguimiento, evaluación, objetivos a largo plazo para una empresa y estrategias para lograrlo, se analiza la situación de la empresa y su entorno donde se establece. (Dwit, 2021) menciona pregunta claves tales como: ¿Dónde estamos? Es decir: cómo nos ve la competencia, ¿somos amenaza para ellos? ¿Hacia dónde queremos llegar? ¿Cuál es nuestra meta? Si sabes a donde quieres llegar, sabrás como hacerlo. ¿Hasta dónde podemos llegar? Saber de tus limitaciones es importante, reconocer hasta donde puede abordar e ir avanzando de poco.

Estrategia comercial: marketing

(Dwit, 2021) Una de las estrategias que usa el área de marketing es el marketing mix de las 4p's objetivos comerciales y de ventas. Marketing analiza el mercado y les da valor a las necesidades del cliente. Métodos de contacto que usan son:

- Redes sociales. – Analizando el mercado en los últimos años esta estrategia se ha tomado fuerza convirtiéndose en una fuente importante de comunicación e información para los usuarios, se legro obtener visibilidad.
- Página web. – Sirve para ubicar a la empresa mediante palabras claves que se incentivan en los productos y servicios que ofertan.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Plan de negocio: concepto

Un buen plan de negocio describe estrategias comerciales y financiera de la empresa. Todo lo analizado debe ser claro y conciso. Un plan de negocio bien ejecutado y fundamentado en datos concretos puede aumentar la confianza de los inversores en la empresa y mejorar sus posibilidades de obtener financiamiento. (Stettinius, Colley Jr, & Doyle, 2015) (pág. 158)

Estrategia comercial de una escuela canina

(Ruano, 2022) Sugiere lo siguiente como posibles planes de negocio para una escuela canina.

- Para la captación de nuevos clientes se ofrecería clases gratuitas o descuentos para que cuenten con la oportunidad de probar los servicios de una escuela canina.
- Crear plan de entrenamiento o paquetes de clases personalizadas a la necesidad de cada perro y propietario.
- Ofrecer servicios tales como: entrenamiento sobre obediencia avanzada, terapia conductual, entrenamiento de protección o búsqueda y rescate para así lograr ampliar las diversas necesidades que tienen.
- Ofertas clases mediante diversas plataformas o programas grupales en aéreas tales como parques, entre otros.
- Establecer una imagen de confianza en las diferentes redes oficializadas de la escuela canina, un sitio web fácil de usar y publicidad en línea para aumentar su visibilidad y atraer a más clientes.
- Para promover la fidelidad de los clientes y el buen “boca a boca” que realizan se ofrece descuentos especiales para quienes regresen con referencias.
- Para ampliar la influencia y exposición de las escuelas caninas se debe formar alianzas estratégicas con veterinarios, vendedores de mascotas o criaderos de perros.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Participar en los diversos concursos como agilidad o exhibiciones de mascotas, para crear conciencia de cuanto necesita que su mascota un verdadero adiestramiento y a su vez mostrar los servicios que garantiza que la escuela brinda al ingresar en ella.

Estrategias comerciales de Nike

La exitosa estrategia comercial de Nike se centra en varios aspectos. En primer lugar, la empresa pone gran énfasis en la innovación y el diseño de productos deportivos de alta calidad y tecnologías avanzadas. Además, Nike utiliza técnicas de marketing efectivas, incluidas campañas publicitarias icónicas y patrocinio de atletas y equipos deportivos de renombre mundial.

La compañía también ha incrementado su enfoque en las ventas directas al consumidor a través de su sitio web y tiendas minoristas, dándoles más control sobre la experiencia del cliente. Finalmente, Nike ha trabajado en iniciativas de sustentabilidad para reducir el impacto ambiental y mejorar las prácticas de fabricación, lo que ha ayudado a mejorar la reputación de su marca y atraer consumidores más ecológicos. (AMIN, 2022)

Como se argumenta en los diversos temas, una sólida estrategia ejecutada por el equipo de marketing ayuda a calificar cada área y posteriormente mejorarla en beneficio de la empresa.

- Un incremento en las ventas, ya sea como resultado del uso de técnicas eficientes de marketing y publicidad, identificando y satisfaciendo las necesidades de los clientes, desarrollando nuevos bienes y servicios, o ingresando a nuevos mercados.
- Fidelización de clientes existentes ofreciéndoles productos y servicios de calidad, una atención al cliente personalizado.
- Mejora la fuerza de la marca, lo que aumenta su comerciabilidad y credibilidad.
- Las ventajas competitivas diferencian a la empresa de otros actores del mercado.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Al aumentar la eficiencia de la gestión operativa se maximiza beneficios, se reduce costos y se optimiza precios.

Mascotas: concepto

Las mascotas son animales domésticos; también se les conoce como animales de compañía. Como su nombre indica, los dueños los mantienen para que formen parte de la familia, combatir la soledad y traer alegría a sus hogares. Cuando se los entrena adecuadamente, algunos animales pueden convertirse en nuestros ayudantes en la realización de las tareas diarias, alegrando nuestros días y brindándonos compañía. (Animalear, 2015)

Espacios adecuados para mascotas de asistencias

(Carrillo, 2015) Los perros de asistencia son una buena ayuda para las personas con discapacidad; su compañía en situaciones del día a día tiene efectos positivos en aspectos psíquicos y físicos; la única dificultad que tiene este binomio es la falta de apoyo que la sociedad debería brindar para contar con espacios inclusivos tanto públicos como privados para así aliviar la carga. Aunque cada discapacidad tiene necesidades diferentes de las otras personas con las que comparte el mundo. (pág. 20)

Lugares para mascotas

A continuación, se menciona lugares que se unen a la causa de "pet friendly" según (Lucas, 2022) del diario Expreso. El concepto de "eco friendly", "love friendly" y "pet friendly" es algo único en La Veredita Café. No se hacen excepciones cuando se trata de permitir el ingreso de mascotas con sus dueños porque se consideran amantes de las mascotas. Por ejemplo, uno de los platos más populares para mascotas es la sopa de pollo para perros, que está disponible en el menú.

- Café Lúcumá - Cuenta con un espacio con área interior y exterior donde los clientes pueden pasar a degustar sus productos mientras son

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

acompañados por sus mascotas, sumándose así al movimiento pet-friendly. No hay restricciones para que las mascotas ingresen al edificio.

- La Cueva de los Cuates - Debido al covid y al hecho de que todos los miembros del personal son amantes de los animales, decidieron aprovechar el movimiento pet-friendly extendiendo su propiedad al exterior sin restricciones de raza o tamaño, además cuentan con una bandeja para que puedan beber agua si es necesario.
- Malecón 2000, Parque Samanes, Sendero de Samanes, Guayarte, Mall del Sol y Parque Lineal de la Kennedy son lugares adicionales donde puedes pasar tiempo con sus mascotas y realizar actividades con ellas se espera que los dueños de mascotas lleven bolsas para recolectar los desechos de mascotas.

Ilustración No. 1 Lugares Pet friendly



(Lucas, 2022)

Comportamiento de mascotas

(Castello, 2015) Indica que la alimentación también juega un rol importante en la conducta del perro desarrollando problemas indica que “la alimentación en el perro no es sólo importante desde el punto de vista fisiológico, sino que también juega un papel destacado en el contexto social.

El comportamiento de las mascotas varía dependiendo de la especie, raza, edad, género, historial de vida, ambiente y enseñanzas que haya tenido. Las mascotas son consideradas compañeros fieles y cariñosos para sus dueños, muestran su afecto, protección, jugando y siendo leales. Debemos recordar que cada mascota es única y por lo tanto su comportamiento va a depender de su personalidad y experiencia de vida.

Cuando las mascotas sufren de violencia llegan a experimentar episodios de comportamientos desfavorables tales como:

- Miedo y ansiedad. – Este comportamiento lo muestra en presencia de su agresor o situaciones con similitud las cuales le recuerden aquel evento traumático.
- Agresividad: La mayoría de mascotas que sufren de violencia presentan signos de agresividad, ira y discordia con los humanos y otras mascotas.
- Problemas de comportamiento: Las mascotas que sufren violencia sufren cambios en su comportamiento como orinar, defecar, vomitar y dañar objetos.
- Problemas de salud mental: La secuela de la violencia afecta su salud mental desarrollando depresión.

Dejan claro que es muy importante tener siempre en cuenta que la violencia hacia las mascotas es un gran problema de grado grave y en caso de existir esto debe reportarse a las autoridades competentes.

A las mascotas que han sufrido y cuentan con secuelas se debe brindar la atención tanto médica como emocional para recuperarse de los traumas.
(pág. 5)

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Socialización entre mascotas

Se refiere a que se debe acostumbrar a las mascotas a interactuar con otras de manera positiva (Liu, 2022) Según las investigaciones dadas por el Instituto Telethon Kids2 revela que el 40% de los niños que tienen mascotas en sus hogares cuentan con menos probabilidades de tener problema a diferencias de los niños que no las tienen y el 34% tienden a ser más generosos unos con otros. (pág. 5)

Según los datos que podemos visualizar (ilustración 3 Workplaces pet friendly) abarca sobre empresas que cuentan con áreas Petfriendly que aceptan mascotas, el 70% de los empleados millennials entre la edad de 18 a 35 años están acorde de que las mascotas generan un gran impacto positivo en el lugar de trabajo, el 91% dan crédito que el equilibrio, y a su vez la lealtad de cada empleado. (pág. 6)

Ilustración No. 2 Workplaces Pet friendly



Fuente: RPD Consulting

Influencia de mascotas en sociedad

Las mascotas tienen una gran influencia en la sociedad y brindan una amplia gama de beneficios emocionales, físicos y sociales. Los cuales son compañía, bienestar emocional, mejor en la salud mental, calidad de vida.

Las mascotas son importantes para todo el mundo y tienen valor por su capacidad de mejorar la vida humana. (Fundación Arcor , 2022) indica en sus diversos estudios realizados por James Lynch, Lee Zasloff y Aline Kidd, entre otros, han comprobado que los animales o mascotas de una manera positiva en la salud y en el bienestar de las personas. En la cual destacan cuatro áreas:

- Terapéutica. – Ayuda a tratamientos en personas que sufren de trastornos o enfermedades y cumplen un rol de compañía emocional.
- Filosófica. – Las mascotas realizan una mayor cantidad de actividad física, en comparación de otras especies.
- Psicológica. – En esta área ayudan a disminuir la soledad, depresión, estrés.
- Social. – Indica que las personas son más propensas a convivir en espacios abiertos, participan en eventos, concursos, entre otros.

No olvidemos que más allá de lo que nos brindan desde la perspectiva humanos es necesario ver las actitudes de las personas hacia ellos.

Incorporar una mascota a la familia debe ser resultado de un acuerdo común, reflexionando sobre los motivos y siendo conscientes de las responsabilidades que implica. En esta área entra la escuela canina que con ámbito de socializar y conocimiento central para alentar el cuidado de los animales. (pág. 1)

Ayuda de la mascota en la vida humana

Como lo menciona la autora (Liu, 2022) las mascotas juegan un rol importante en la vida del ser humano, debido a que este ayuda de manera psicológica y emocionalmente. Como se sabe cada una de las generaciones humanas se comporta de manera distinta, los prejuicios y estándares de la sociedad actual conllevan a que las personas sufran distintos trastornos psicológicos y para evitar situaciones fatales en el futuro las mascotas proporcionan dicha compañía, amor y cariño para que exista una mejoría en el estado de ánimo del ser humano.

Como lo menciona Liu, la sensación de felicidad y positivismo que trasmite este animal domesticado hacia el humano es lo más satisfactorio que se pueda tener, por eso se debe tomar en cuenta que una buena relación con tu mascota, te ayudará a descartar pensamientos negativos en tu vida.

Además, el cuidarlo día a día, complementará como terapia de relajación y motivación para la realización de distintas cosas juntos como salir al aire libre, practicar un deporte o conocer nuevas personas, que con el tiempo se convertirán en hábitos saludables para llevar una vida mentalmente sana, además de la física. (pág. 3)

Vínculo hombre a mascota

El autor (Díaz Videla & López, 2017) menciona en esta cita que la oxitocina está presente en distintos aspectos, pero se destaca en la interacción del ser humano con la mascota, proporciona felicidad, compañerismo y afecto hacia el otro.

Además, describe a los canes como los primeros animales domesticados por medio de distintos estudios de interrelación, llevando como resultado el grado de inteligencia emocional que los perros tienen hacia su propietario.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Es decir que, al crear vínculo entre seres humanos y caninos, nos provee estabilidad emocional, estos seres pequeños con sus destrezas y maneras de comunicarse logran intervenir en algunos aspectos.

Por otro lado, el apego que se crea entre ambos es significativo que, si al dueño del can le sucede algo, su mascota reaccionará inmediatamente en forma de ayuda o alerta, así mismo si es en alguna situación favorable, éste se sentirá feliz por su cuidador. (pág. 73)

Espacios adecuados

Un lugar apropiado para una mascota es aquel que es seguro y cómodo para ella, proporciona suficiente espacio y estimulación, está bien ventilado y tiene acceso a luz natural, permite la interacción social con los humanos y otros animales si es apropiado, se mantiene limpio y libre de olores, y ofrece acceso a agua y alimento fresco. Debe ser un ambiente saludable y seguro que satisfaga las necesidades físicas y emocionales de la mascota.

- **Espacio suficiente:** Las mascotas deben tener suficiente espacio para moverse, jugar y dormir. El tamaño y tipo de habitación dependerá del tipo y tamaño de la mascota. Por ejemplo, un perro grande necesita más espacio que un gato pequeño.
- **Seguro:** el área debe ser segura para las mascotas y estar protegida de peligros como objetos peligrosos, productos químicos o áreas donde las mascotas puedan lesionarse.
- **Cómodo:** El lugar debe ser cómodo para la mascota con un área de descanso suave y limpia y comida y agua fresca.
- **Estimulación:** Las mascotas necesitan estimulación y ejercicio para estar sanas y felices. Un lugar adecuado para una mascota debe poder jugar y hacer ejercicio.
- **Aire fresco y luz:** Las mascotas necesitan aire fresco y luz natural para mantenerse saludables. El sitio debe tener ventilación adecuada y acceso a luz natural.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Interacción social: las mascotas son criaturas sociales y necesitan interacción social con sus dueños y otros animales. El local debe permitir la interacción social con humanos y, si es necesario, con otros animales.
- Limpieza. Mantener a sus mascotas limpias y libres de olores es importante para prevenir enfermedades y preservar la salud y el medio ambiente de su mascota. (MASCOTAS, 2018)

Educador canino

Es un profesional que se dedica a entrenar y enseñar a los perros a través de técnicas y métodos específicos para mejorar su comportamiento, habilidades y rendimiento. Los educadores pueden trabajar con perros de todas las edades y razas, sus servicios pueden variar desde la enseñanza básica hasta la resolución de problemas de comportamientos complejos. Según lo mencionado cada uno ayuda a la formación del canino, ya sea en el adiestramiento, conducta y educación. (Nubika , 2020)

Adiestramiento: concepto

Hace alusión a la enseñanza o instrucción de motivar e incrementar las habilidades, destrezas y conocimientos mediante un proceso educativo a corto plazo con el fin de lograr los objetivos deseados y desempeñar una función para la empresa quien realiza la formación del personal a necesitar para los puestos solicitados, dar la oportunidad de aprender las actividades a desarrollar es un buen estímulo para las personas, porque permite observar y accionar a la situación que se proponga.

Las capacitaciones regulares que se realcen a los empleados son parte de un plan de adiestramiento, donde la transmisión de conocimientos puede servir en las actividades teóricas o prácticas. (Psicología y Empresa, s.f.)

Adiestramiento canino

(Trigosso, 2007) Existen manuales los cuales ayudan a adiestrar a la mascota hasta un comportamiento básico, Hay diversos ejercicios que motivaran al canino a desarrollar destrezas que favorecen a su dueño como a el mismo. Es recomendable empezar el entrenamiento desde un cachorro joven para que sea mucho más fácil la enseñanza ya que a medida que va creciendo tendrá autocontrol, un comportamiento adecuado, un buen vínculo con su amo. Además, el objetivo de los adiestramientos caninos es mejorar la relación con su entorno y cuidador.

Se debe tomar en cuenta, que el aprendizaje es secuencial y sin exigencias, se debe tener mucha tolerancia y paciencia para educarlos en cada actividad y aplicar el método estímulo de respuesta para tener resultados satisfactorios. Por último, no se debe exigir a las mascotas con problemas físicos porque es perjudicial para su salud. (pág. 3)

Enfermedades principales

Según lo mencionado de (García & Blanco, 2000) las enfermedades más comunes en los caninos son:

- La Dermatofitosis. – Es una infección fúngica común que se presenta en la piel y uñas causada por este hongo, los síntomas son piel escamosa, descamación, picazón, pérdida de pelo en las áreas afectadas.
- Micosis sistémica. – Es una infección fúngica que afecta a todo el cuerpo a causa de hongos que están en el ambiente, los síntomas son fiebre, sudores nocturnos, pérdida de peso, fatiga, tos, náuseas, dolor abdominal, y erupciones en la piel.
- Rinitis micótica. – Es una infección fúngica que afecta a las fosas nasales y los senos paranasales causado por hongos en el ambiente que la mascota puede inhalar, los síntomas son estornudos, secreción

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

nasal con mal olor, dificultad para respirar, tos, pérdida de apetito, letargo y cambios en el comportamiento.

- Otitis por levaduras. – Es una infección fúngica causada en el oído externo por un hongo del género *malassezia*, los síntomas son enrojecimiento, inflamación, picazón en el oído, secreción con mal olor desagradable, sacudidas de cabeza y rascado obsesivo en el área afectada.
- Neumonía por *Pneumocystis carinii*. – Es una infección fúngica causada por el hongo *Pneumocystis carinii*, los síntomas son fiebre, pérdida de apetito, dificultad al respirar, tos, letargo.
- Criptococosis. – Es una infección fúngica del hongo *cryptococcus neoformans* que se encuentra en el ambiente, los síntomas son secreción nasal, inflamación facial, pérdida de apetito, letargo, tos, dificultad para respirar. (págs. 4-5)

Cultura animal

La cultura animal se refiere a costumbres y comportamientos transmitidos de generación en generación comúnmente en animales mantenidas como mascotas. Puedes lograr aprender comandos, comportamientos de limpieza, interacciones sociales y preferencias alimentarias.

La cultura animal de las mascotas es importante para su bienestar emocional y su capacidad para interactuar con los humanos y otros animales. Los dueños de mascotas pueden aprender sobre la cultura animal de sus mascotas a través de la observación y la investigación para mejorar su calidad de vida. (Valencia, 2021)

Tipos de canes

En el artículo desarrollado por (Barrios, 2017) nos comparte una lista de los diferentes tipos de canes:

- Perro guía. – Su principal tarea es ayudar a las personas con discapacidades visuales y ciegas alrededor de obstáculos las razas más conocidas en este oficio son: labrador retrievers, Golden retrievers y Lab / Golden híbrido.
- Perros oyentes. – para las personas con deficiencias auditivas los ayuda a advertir de sonidos tales como alarmas, timbres, llanto de bebés, entre otros.
- Perros de asistencia de movilidad. – Realizan un sinnúmero de actividades que implique traer objetos, presionar botones, entre otros. Deben ser animales de gran tamaño para las diversas actividades.
- Perros de alerta diabética. – Conocidos como DAD pueden detectar cambios de niveles en los productos.
- Perro de alerta de convulsiones. – este tipo de servicio reacciona a la conducta del ser humano cuando presenta una convulsión.

Educación canina: concepto

La educación canina se refiere al proceso de entrenamiento y socialización positiva a base de su comportamiento y a su vez ayuda a fortalecer la relación entre sus dueños. Lo cual nos anima a enseñarle comandos de obediencia, búsqueda y rescate para una interacción correcta.

Es importante porque mejora la seguridad del perro, mejora el vínculo mascota y dueño ayudando a su estado emocional y mental de la mascota. (Nubika , 2020)

Consecuencias de la mala educación canina

(Territorio Mascota , 2021) menciona en su página sobre el tema:

La mala educación canina puede tener serias consecuencias negativas tanto para el perro como para su entorno.

- Problemas de comportamiento. – provoca comportamientos indeseados en los perros como ladridos excesivos, agresividad, ansiedad, destructividad, entre otros.
- Riesgo de accidentes. – puede representar un peligro para otras personas y animales, tales como morder.
- Dificultades de convivencia. – le cuesta convivir en casa o lugares públicos lo que puede generar conflictos con los dueños y vecinos.
- Limitaciones en las actividades. – puede ser difícil llevarlo a lugares públicos como parques, playas, restaurantes, entre otros.

Es importante educar a los perros de una manera adecuada y responsable para prevenir estos problemas en el futuro.

Programas brindados por Alcaldía de Guayaquil

La Jefatura de Bienestar Animal es responsable de coordinar diversas actividades destinadas a garantizar el bienestar y protección de los animales de compañía. Estas actividades incluyen la atención primaria y de emergencia para animales, así como la colaboración con organizaciones médicas que trabajan en hospitales de día para brindar tratamiento y servicios de esterilización.

Además, en octubre de 2016 se inició una campaña para promover la "Ordenanza de protección integral de mascotas", mediante la distribución de tarjetas informativas para dueños de mascotas. Como parte de esta campaña, se estableció un registro de animales de compañía para recopilar información sobre el número de mascotas en la ciudad.

En conclusión, con el objetivo es implementar un buen programa de mascotas juntamente con la Alcaldía de la cual brinde apoyo a los ciudadanos

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

y conocimientos de educar correctamente a su mascota, también culturizar a las personas que portan o tienen mascotas en su hogar para que haya un correcto vínculo mediante charlas, brigadas y unidades móviles.

Junto con el personal autorizado realizar campañas en las distintas áreas de Guayaquil para la desparasitación, chequeo del estado de su mascota y verificar si presenta alguna anomalía que necesite una pequeña cirugía o una intervención mayor, seguimiento de pacientes que hayan sido intervenidos, programas de esterilización a felinos y perrunos con previos requisitos de 6 a 9 meses de edad. (ANIMAL, 2022)

Diferencia del ser humano y los animales

Las mascotas los humanos son diferentes en varios aspectos incluyendo:

- Inteligencia. - Aunque algunos animales pueden ser muy inteligentes, en general las mascotas, tienen una capacidad cognitiva más limitada que los humanos.
- Comunicación. – Las mascotas no pueden comunicarse con el mismo nivel de complejidad que los seres humanos; pueden aprender, entender y responder ciertos comandos y señales.
- Cultura. – Las mascotas no cuenta con la misma cultura de un ser humano la cual es lenguaje, arte, religión, tradiciones y costumbres.
- Autonomía. – Las mascotas dependen netamente de sus dueños para su cuidado y supervivencia, mientras que los humanos cuidan de si mismo y tienen una toma decisiones.
- Diferencias biológicas. – sus necesidades son muy distintas de los seres humanos lo cual puede influir en su comportamiento.

Aunque existan estas diferencias los humanos y mascotas pueden tener una relación cercana y significativa em base el cuidado, atención y amor. (Castellanos, 2021)

Tenencia responsable de las mascotas

Para el (Municipio de Loja, 2016) la tenencia responsable es un estado en el cual el dueño o amo de mascotas o perros se comprometan a asumir los derechos y responsabilidades, resaltan las necesidades físicas, nutricionales, salud y ambientales del animal. Además, menciona el Título I capítulo II art 6 menciona que los dueños deben precautelar la proliferación de los perros vagabundos, teniendo un cuidado mejor y responsabilidad al asumir una mascota en su vida.

- No abandonar a su mascota. Brindarle un lugar y condiciones de vida saludable.
- Pasear a su mascota para la debida socialización entre más personas y evitar un comportamiento agresivo.
- No maltratar física y psicológicamente a su mascota. (pág. 6)

Impacto de las mascotas

Según lo que menciona (Liu, 2022) hace referencia clara la cual indica que el gran impacto que la mascota brinda es en aspecto de salud, social, educación y seguridad. Las mascotas pueden proporcionar compañía y apoyo emocional, ayuda a reducir el estrés, depresión, socializar con otras mascotas ayuda a la responsabilidad y cuidado con los niños. En conclusión, los animales tienen un gran impacto positivo en la vida de los seres humanos. (pág. 8)

Control de la población canina

(Jordán, 2017) Escribió el artículo demostrando que la falta de control en la población conlleva a una sobrepoblación animal, contaminación, molestias y problemas en la salud. Se calcula que si un perro da a luz cuatro canes al año al cabo de siete años puede generar 4.372 crías y si existe 16 cachorros al año en seis años su descendencia sería de 67.000. No existe datos exactos de cuantos perros y gatos abandonados hay en Guayaquil. Se

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

han creado programas en el gobierno para acaparar con esta situación sin embargo el tiempo de respuesta de ellos es lenta por el sinnúmero de casos que existe en la ciudad. (pág. 3) (pág. 4)

Maltrato animal

(Fernández, 2013) El maltrato animal hace referencia a cualquier tipo de abuso sea físico o psicológico generado de manera intencional con el fin de satisfacer su necesidad de crear dolor a animales indefensos, El abandono de mascotas en una terraza privando de comida y agua es clasificado como maltrato lo cual está estipulado en la ley. Esto genera una alerta a que la ciudadanía se instruye sobre lo que demanda una correcta educación canina. (pág. 1)

Maltrato animal en diferentes campos

La correlación que se presenta entre el maltrato animal y el maltrato en el ser humano es consecuencia de la mala conducta que lleva la sociedad en sí. Todo es una cadena vista desde un punto jerárquico donde la posición de supremacía se presenta dando paso siempre al maltrato el cuál conlleva a más maltrato y si no se llega a tratar ese problema de raíz se intensifica de ambas partes, tanto del que genera violencia como del violentado. (Arrijoja, 2022)

Prohibiciones y sanciones

Según el primer suplemento no. 107 (Ecuador, 2019) los animales son reconocidos como seres sintientes y tienen derecho a un trato digno y respetuoso. A lo largo del artículo se tomó en consideración estos puntos:

- Se prohíbe la venta y exhibición de animales en lugares públicos sin autorización.
- Se prohíbe la utilización de animales en espectáculos circenses o en exhibiciones que impliquen crueldad o maltrato.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Se establecen sanciones de prisión y multas para quienes causen la muerte o lesiones graves a animales, así para quienes maltraten o causen lesiones leves a animales.
- Se establecen medida para el control de población animal, como esterilizaciones y castraciones.

La Ley Orgánica de Protección de Animales en Ecuador busca garantizar el bienestar de los animales y a su vez sancionar a quienes causen daño o maltraten.

Resultado de una educación canina errónea.

En el diario Expreso se refleja un claro ejemplo de la falta de conocimiento en educación canina, la respuesta inmediata que tuvo los moradores de esa zona fue la siguiente: “El cuerpo de la niña que murió por el ataque de dos perros pitbull, en el sector de Los Tubos, de Duran, presenta heridas provocadas por las mordeduras de los canes, en el cuello, brazos, nariz y en la boca, revelo una fuente policial a este Diario. El investigador manifestó que, según versión de la madre de la menor de edad, de 9 años, los animales tenían un año de nacidos y estaban bajo el cuidado de la familia, integrada por la niña, su madre y padrastro. La progenitora indicó a los investigadores que ella salió a la tienda, que se demoró un lapso de 15 minutos y que al regresar su hogar conoció de la tragedia que le arrebató la vida de su hija esta raza de perros cuando los tratan como simples mascotas son agresivos, pero cuando los tratan como parte del hogar brindan amor a su círculo familiar y a las personas externas. Los animales fueron sacrificados por los moradores, indignados los vecinos los golpearon con objetos contundentes, piedras y palos. (Bazán, 2023)

Con este claro ejemplo se conoce que, si las personas o amos no adquieren su responsabilidad y la importancia de tener una mascota, llega a tomar la decisión más precipitada por la falta de conocimiento sobre una educación canina. Las personas esperan que sus mascotas al privarle de

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

alimentos y tenerlos atados aprenderán la lección sin embargo lo único que crean son traumas y agresión en sus mascotas.

Se llega a juzgar rápidamente el comportamiento erróneo de la mascota como malo debido a la influencia de las personas a su alrededor o porque no cumple con los requisitos solicitado. Una vez conociendo los derechos de su mascota el dueño tendría la mente más clara y abierta a la cultura animal.

Cementar un programa personalizado para el óptimo aprendizaje sobre el cuidado correcto de su mascota.

Aprendizaje: concepto

(Ormrod, 2005) El aprendizaje se da de diferentes maneras o más bien, el ser humano lo adapta según sus necesidades y las herramientas que han llegado a obtener a lo largo del tiempo han llegado a obtener a lo largo del tiempo. (pág. 27)

Aprendizaje canino

(Miranda, 2010) El aprendizaje Canino es el proceso mediante el cual los perros adquieren conocimientos y habilidades a través de la experiencia, practica e interacción con su entorno y dueños. Los perros tienen una gran capacidad de aprendizaje y pueden ser entrenados para realizar diversas actividades y tareas, los principios de refuerzo y castigo, junto con la repetición son la clave en el aprendizaje canino. Además, el aprendizaje canino no solo implica la enseñanza de comportamientos específicos sino también la socialización y desarrollo de habilidades sociales y emocionales. (pág. 131)

Bienestar animal

El bienestar animal se basa en el estado físico y mental de los animales directamente asociado con su vida y muerte. Es importante su salud, comodidad, alimento, seguridad y que no sufra sentimientos desagradables como el dolor, miedo ansiedad. Que tengan un chequeo constante con el veterinario para prevenir enfermedades y en caso de enfermedad encontrar el

método adecuado para la pronta recuperación. (Organización Mundial de Sanidad Animal, 2019)

Guía de cuidado canino

Según la (Escuela de postgrado de Veterinaria, 2021) Los principales cuidados:

Alimentación: proporciona una dieta adecuada y equilibrada para tu perro. Consulta con tu veterinario para saber qué tipo de comida es mejor para tu animal, y asegúrate de proporcionar la cantidad adecuada según su edad, tamaño y nivel de actividad.

Ejercicio: los perros necesitan hacer ejercicio regularmente para mantenerse saludables. Asegúrate de proporcionar suficiente tiempo para caminar, correr y jugar con tu perro. El tipo y la cantidad de ejercicio necesarios pueden variar según la raza y la edad de tu perro.

Higiene: mantén a tu perro limpio y libre de pulgas, garrapatas y otros parásitos. Cepilla su pelaje con regularidad, báñalo según sea necesario y mantén sus uñas recortadas. Además, asegúrate de mantener su entorno limpio y desinfectado.

Visitas al veterinario: lleva a tu perro al veterinario regularmente para chequeos de salud, vacunas y para tratar cualquier problema médico que pueda surgir. Los perros deben recibir atención médica preventiva, incluyendo exámenes anuales y pruebas de detección para enfermedades comunes.

Compañía: los perros son animales sociales y necesitan compañía humana y socialización para mantenerse felices y saludables. Asegúrate de pasar tiempo de calidad con tu perro y de proporcionarle juguetes y actividades para mantenerlo entretenido cuando estés fuera de casa.

Adiestramiento: el adiestramiento es importante para los perros, ya que les ayuda a aprender las normas y los límites. Además, el adiestramiento también puede ayudar a prevenir problemas de comportamiento. Busca la

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

ayuda de un entrenador de perros profesional si necesitas ayuda para adiestrar a tu perro.

Seguridad: protege a tu perro de lesiones y enfermedades mediante la supervisión y el control de su entorno. Mantén a tu perro alejado de objetos peligrosos, productos químicos tóxicos y plantas venenosas. Además, asegúrate de mantener a tu perro en un lugar seguro y protegido, como un patio cerrado o un corral.

Importancia del cuidado canino

El cuidado canino es importante para mantener la salud y bienestar de los perros. Esto incluye atención médica regular, estimulación mental y física, entrenamiento adecuado, supervisión y responsabilidad por su conducta. El dueño es responsable del cuidado que recibe su mascota. Tener una mascota en casa puede ser muy agradable y muy divertido para la familia, promueve la unidad familiar, aumenta la felicidad, mejora la vida social y mucho más, pero esta relación requiere mucho trabajo y perseverancia.

Después de saber qué mascotas conseguir o si ya tienen ese compañero especial, es importante entender todos los cuidados necesarios que requiere tanto la mascota como el entorno. Todas las familias deben experimentar la compañía de las mascotas, además de ser un miembro más de la familia, en especial enseñan a los niños a ser más sociables, responsables y atentos con el resto de la familia y los demás niños. Por eso, elegir un “perro” como mascota es una de las mejores ideas que se pueden tener en familia, y se ve claramente siguiendo ciertos consejos. (National Geographic, 2018)

Educación animal

Enseñar a un perro es esencial para que se desarrolle satisfactoriamente. Hay que indicarle dónde hacer sus necesidades, en qué espacios, qué puede hacer y que no, y guiarlo desde el principio para inculcarle un buen aprendizaje. Eso sí, siempre desde el refuerzo positivo, evitando

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

reñirle bruscamente o gritarle, ya que así solo conseguiremos asustarle. Por otra parte, la educación canina también implica la interacción del perro con su entorno. Nos referimos a socializarle tanto con otras personas, como con otros canes y en el caso de que muestre una conducta de miedo, desconfianza o de agresividad, es aconsejable consultar con un adiestrador canino para reconducir su conducta.

En otras palabras, saber educar a tu mascota debe ser de una forma adecuada, llena de paciencia y buenos tratos para ellos, mostrarles cuales son las buenas acciones que pueden realizar, y mediante el método de refuerzo positivo llevará a obtener resultados favorables porque este lo involucra con el ambiente, a que aprenda a socializar con las personas, evitando que ocasionen problemas a futuro por su conducta. Entrenar o educar a la mascota conlleva a aplicar actividades positivas y emocionales que beneficiará en el comportamiento del animal, además, el propietario debe estar presente en este proceso porque existirá una interacción que favorecerá en su relación mutua. Se debe tomar en cuenta que existen lugares que se especializan en la educación canina, siendo de ayuda para su mascota, y es recomendable consultar con un adiestrador. (Maribel Pozo Reyes, 2022)

Programas de mascotas

Los programas de mascotas son iniciativas destinadas a mejorar la vida y bienestar.

- Campaña de adopción: este programa busca buscarle hogar a los perros abandonados y rescatados, mientras son seleccionados ellos se establecen en un refugio y organizaciones de rescate animal.
- Esterilización. - Los animales de compañía (perros y gatos) hacen parte del diario vivir de una familia, sin embargo, si su reproducción no es controlada, puede derivar en problemas de tenencia, bienestar animal y salud pública. La esterilización

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

quirúrgica de perros y gatos, machos y hembras, es un mecanismo definitivo para terminar con la reproducción de los animales además de mejorar su salud. (Ministerio de Salud , 2022)

Identificación canina (Pet Lovers , 2015) La identificación canina es importante para la seguridad de tu mascota y poder encontrarlo en caso se pierda. A continuación, se presenta métodos de identificación:

- Collares y placas. – Lleva la información de su dueño, nombre apellido, celular y dirección.

Ilustración No. 3 Placas y collares



Fuente: Pet Lovers

- Rastreador GPS. - Se coloca un rastreador GPS en el collar de la mascota, su valor es alto sin embargo es el más duradero y preciso.

Ilustración No. 4 Localizador GPS

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.



Fuente: Pet Lovers

- Tatuajes. – comúnmente se realiza dentro de la oreja o en la parte abdominal es una forma permanente.

Ilustración No. 5 Tatuajes



Fuente: Pet Lovers

- Microchip subdérmico. – es la forma de identificación más popular, el proceso de implantarlo es rápido y no causa dolor alguno a tu mascota. Cada microchip tiene un número de identificación único que se puede leer con un escáner especial.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Ilustración No. 6 Microchip subdérmico



Fuente: Pet Lovers

Programas de educación adecuado de las mascotas

El programa Canine Good Citizen (CGC) es un programa de entrenamiento de obediencia canina diseñado para mejorar las habilidades y el comportamiento de los perros, permitiéndoles adaptarse a la vida con personas y otros perros.

Este programa fue creado por el American Kennel Club (AKC) en 1989 y se ha vuelto popular en todo el mundo. El objetivo del programa es promover el papel de los dueños de perros y el correcto comportamiento de los perros en la sociedad.

El programa consta de 10 pruebas que evalúan habilidades como la capacidad del perro para sentarse, pararse, caminar con correa, responder a órdenes y aceptar la presencia de extraños y otros perros. Los perros que pasan las 10 pruebas reciben el título de "Perro Residente". Además de enseñar al perro habilidades sociales y comportamiento, el programa también incluye capacitación en el cuidado adecuado del perro, como la salud, la nutrición y la seguridad del perro.

El programa Buen Ciudadano Canino es una gran iniciativa para los dueños que quieran entrenar a sus perros para que sean ciudadanos

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

responsables y seguros, así como para aquellos que quieran participar en otras actividades caninas como el deporte y la terapia con animales., ((CGC), 2022)

En conclusión, con el ultimo objetivo el cual se enfoca principalmente en la protección y protección de los derechos de los animales, así como en promover una cultura de respeto a los animales.

- Rescate y rehabilitación de animales heridos o abandonados.
- Fomentar el bienestar animal y el bienestar animal para evitar la superpoblación y el abandono.
- Campañas de adopción para encontrar dueños responsables de animales rescatados.
- Voluntariado en proyectos de rescate y rehabilitación de animales.
- Campañas de educación y sensibilización pública sobre sanidad animal y derechos de los animales.
- Voluntariado en proyectos de rescate y rehabilitación de animales.
- Campañas de concienciación sobre la importancia de proteger el medio ambiente y la protección de los animales salvajes.

Hay muchos otros que trabajan en esta área y ofrecen servicios que van desde el rescate y rehabilitación de animales hasta campañas de concientización y educación pública.

1.7. Marco conceptual

Aprendizaje. – Es el proceso donde se adquiere nuevos conocimientos debido a situaciones que se presenta. (Ormrod, 2005, pág. 27)

Bienestar. – Estado de la persona en el que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica. (Española, 2022)

Dirección de ventas. - se refiere a un equipo de ventas que lidera y gestiona los objetivos de ventas de una empresa para lograr que la empresa tenga éxito en el mercado competitivo. (Blanco, 2012)

Educador canino. – Es un profesional que enseña habilidades y comportamientos adecuados para una excelente convivencia entre perros y amos. (Nubika , 2020)

Maltrato animal. – es **cuando** se genera daño o sufrimiento de manera voluntaria o intencional a un animal. (Fernández, 2013)

Marketing de servicios. – Es la estrategia donde se promociona y vende servicios intangibles, enfocada en crear una excelente experiencia con el cliente. (Libro, 2008, pág. 15)

Plan de negocio. – es un documento que describe cada detalle de los objetivos, estrategias, tácticas que la empresa utiliza para tener un éxito financiero y operativo. (Sanchez, 2020)

Ventas. – Acción y efecto de vender. (ESPAÑOLA, 2022)

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Capítulo 2: Propuesta Comercial

2.1. Descripción de la empresa

La escuela No control Lona se especializa en la educación de perros y sus dueños. El enfoque principal es ayudar a los clientes a optimizar los comandos y tener actividades recreativas y deportivas con sus mascotas para potenciar mediante lo aprendido la correcta conducta. Se ofrece una amplia gama de conocimientos, herramientas y asesorías personalizadas para cada mascota y su familia.

Visión

Lideres en el campo de la educación y entrenamiento canino, brindando servicio de alta calidad que promueva la convivencia armoniosa entre perros y sus dueños, donde los perros pueden recibir una educación integral, desarrollar habilidades sólidas y disfrutar de una vida equilibrada y feliz.

Misión

Brindar a los propietarios de mascotas las herramientas y los conocimientos necesarios para establecer una relación amorosa y de respeto mutuo con sus perros de alta calidad, está diseñada para crear un ambiente seguro y favorable donde las mascotas aprendan a socializar y aprender de manera adecuada.

Valores

Compromiso: La escuela está comprometida en el bienestar y desarrollo de cada perro y su dueño, esto implica brindar un entrenamiento de calidad, tiempo y recursos para comprender las necesidades individuales de cada uno y contar con disponibilidad para brindar apoyo continuo.

Respeto: Promover el respeto a los perros como seres vivos con necesidades emocionales y físicas, conlleva al trato con amabilidad y comprensión, evitando el uso de métodos crueles o violencia en los entrenamientos.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Aprendizaje: Valorando el aprendizaje continuo tanto como perros como para dueños, obteniendo actualizaciones de las últimas técnicas de entrenamiento y conocimientos científicos en el comportamiento canino para brindar oportunidades de educación y desarrollo.

Ética: Mantener los principios éticos en todas sus prácticas y decisiones, ser transparente con los clientes, utilizar métodos de entrenamiento basado en recompensas y refuerzos positivos y no comprometer el bienestar de los perros en busca de resultados rápidos.

Inclusión y diversidad: Como escuela no se realiza excepción en tamaño, raza y temperamentos, el fin es incluir y acoger a todos, fomentando interacciones respetuosas y seguras independientemente de sus diferencias.

Objetivo principal

Brindar una experiencia educativa agradable y de calidad para todos los participantes, centrado en el desarrollo de habilidades básicas y avanzadas, tales como obediencia, socialización, control de impulsos y habilidades de comportamiento apropiado; asegurando que los perros aprendan de manera efectiva sin daño ni miedo con conocimientos e implementos efectivos de crianza, creando así una comunidad de perros bien educados y felices en el área.

Objetivo específico

Implementar pautas publicitarias en redes sociales Facebook, Instagram y cuñas en radio para ofrecer los servicios brindados en la escuela canina y aumentar la visibilidad, conocimiento de la marca e incremento de ventas.

Establecer al menos una alianza estratégica con veterinarios locales y Municipio de Guayaquil al finalizar el primer trimestre del año 2024.

Capacitar al personal de cada área mediante seminarios cada 4 meses.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Implementar tres programas de referidos y recompensas para clientes actuales cada cuatro meses.

Capacitar a los propietarios mediante cursos teóricos sobre cuidado, nutrición y comportamiento canino.

Aumentar la tasa de conversión de clientes potenciales en clientes pagadores en un 15% en los próximos seis meses.

Modelo de negocio (CANVAS)

Tabla No. 2 Lienzo Canvas

Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Veterinarios locales para para referencias y colaboraciones. • Tiendas de mascotas para promoción mutua y ventas de productos. • Proveedores de equipos y materiales para perros. • Organizaciones de eventos y exposiciones caninas locales • Colaboración con Agripac y municipalidad de guayaquil. • Guardias de seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación y diseño de programas personalizados. • Marketing y promoción de servicios. • Atención al cliente y gestión de reservas. • Mantenimiento y actualización del sitio web y redes sociales. • Clases de entrenamiento y actividades recreativas. • Corrección de problemas de comportamiento mediante técnicas apropiadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Centro especializado en brindar educación y capacitación integral con métodos de entrenamientos basados en el refuerzo positivo y personalizado, enfocado en el comportamiento y obediencia con la interacción activa de sus dueños para el apoyo y seguimiento continuo. • Entrenamiento profesional y personalizado para mascotas de todas las edades y niveles de habilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación cercana y personalizada con los dueños de las mascotas. • Prueba inicial gratuita de las mascotas para determinar sus necesidades y objetivos. • Seguimiento regular durante el proceso de entrenamiento y corrección de comportamiento. • Ofrecimiento de consejos y recursos adicionales para el cuidado y entrenamiento de los perros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dueños de perros de toda las razas y tamaños. • Personas que desean corregir problema de comportamiento en su mascota. • Personas interesadas en actividades recreativas y deportivas para sus mascotas. • Clase media y alta. • Dentro de la ciudad de Guayaquil.
	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instructores de entrenamiento canino altamente capacitados. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitio web informativo y reservas en línea. 	

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones adecuadas para llevar a cabo las clases y actividades. • Material didáctico y recursos de entrenamiento. • Conexiones con proveedores de productos y equipo para perros. 		<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en medios locales como periódicos, tv, radio. • Participación en eventos relacionados con perros y mascotas. • Volantes en parques de perros • Pautas publicitarias • Redes sociales para promocionar servicios y compartir consejos útiles. 	
Estructura de costes			Estructura de ingresos	
<ul style="list-style-type: none"> • Salarios y honorarios de las instructores y personal administrativo. • Alquiler o adquisición de instalaciones. • Marketing y publicidad. • Costos operativos, como suministro y materiales de entrenamiento. • Mantenimiento de áreas verdes. • Servicios básicos. 			<ul style="list-style-type: none"> • Clases de entrenamiento para perros en grupos pequeños o individuales. • Actividades recreativas y deportivas para perros con tarifa de sesión o membresía. • Venta de productos relacionados con el cuidado y entrenamiento de los perros. • Programas de corrección de comportamiento personalizados 	

2

² La tabla es una herramienta de visualización del plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2024

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Propuesta de valor

Se basa en ofrecer una combinación de servicios y beneficios únicos que satisfacen las necesidades tanto de las mascotas y sus dueños, tales como solución integral para el cuidado, educación y entrenamiento de los perros, dando resultados tangibles y medibles con efectividad, confianza y brindando seguridad en la inversión del bienestar y desarrollo de sus perros mediante un enfoque personalizado en cada perro y cada dueño ya que son diferentes.

Segmentos de clientes

Basado en dueños de clase media y alta de perros nuevos, jóvenes de todas las razas y tamaños con problemas de comportamiento que desean perfeccionar habilidades medias y avanzadas en la ciudad de Guayaquil.

Canales de comunicación

Las ventas se realizan por medio de redes sociales y en las instalaciones. En el sitio web, WhatsApp y llamadas se receptorán las reservas mediante Instagram, tik tok, Facebook se realizarán las pautas publicitarias para llegar al target de personas. En radio se realiza cuñas publicitarias para que los oyentes conozcan de ofertas y ubicaciones.

Relación con el cliente

La relación con el cliente se llevará a cabo mediante una comunicación cercana y personalizada en las instalaciones mediante un test o prueba gratuita para conocer el comportamiento o temperamento a tratar, buscando siempre que el cliente obtenga comodidad y un trato cordial.

Fuentes de ingreso

Los ingresos serán ejecutados a base de las clases de entrenamiento, venta de productos relacionados al cuidado y mediante los programas de corrección.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Recursos clave

Dentro de los recursos claves se encuentra con personal altamente capacitados y profesionales con experiencia en la rama para brindar orientación adecuada a cada mascota y su dueño, contando material e instalaciones seguras y adecuadas para el recibimiento y entrenamiento personalizado.

Actividades clave

En las actividades clave se destacan las clases de entrenamientos individuales y actividades recreativas basado en un diseño integral y personalizado para cada conducta o comportamiento no deseado dentro y fuera del hogar mediante técnicas aprobadas.

Socios clave

Dentro de los socios claves se encuentran proveedores de equipo y materia para perros, veterinarios certificados y con excelentes referencias en el área los cuales ocupan un rol importante para el establecimiento y marca.

Estructura de costos

Los costos se basarán en términos fijos principalmente en gastos de remuneraciones personales, pago de servicios y costo de los materiales de entrenamiento, entre otros.

2.2. Estrategia genérica

La estrategia genérica se basa en la diferenciación con los competidores ofreciendo servicios únicos y de mayor calidad, brindado a la clase media y alta de la ciudad de Guayaquil sin excluir raza o tamaño alguno. Mediante el desarrollo de programas de adiestramiento especializados para diferentes razas de perros abordando comportamientos específicos. Ejemplo: programas de perros terapia o de asistencia. Invertir en entrenadores altamente calificados, experimentados, profesionales con certificaciones

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

reconocidas en adiestramiento de perros o áreas como obediencia, agilidad, comportamiento canino, entre otros.

También está contemplado el uso de técnicas de refuerzo positivo, adiestramiento positivo, clicker training o basado en el refuerzo científico, técnicas de como mantener el adiestramiento en el hogar, materiales educativos, sesiones informativas o talleres donde los dueños puedan aprender y mejorar su comunicación y manejo de habilidades con su perro. Ofrecimiento de precios más bajos que los competidores en servicio de adiestramiento, manteniendo al mismo tiempo el nivel de calidad aceptable.

Ventajas competitivas

Enfoque personalizado y adaptado

Programas de entrenamiento individualizado que se ajuste a necesidades, horarios y objetivos específicos de cada perro y propietario, brindándole toda ayuda en caso de que el dueño no pueda asistir a las instalaciones y poder así adquiriera los conocimientos de la educación correcta.

Instalaciones y recursos de calidad

Contar con espacios seguros y amplios proporciona un entorno seguro, cómodo para poder trabajar; los equipos y herramientas modernas mejoran la eficiencia y productividad para agilizar las tareas en la cual se implementa y profesionales altamente capacitados para brindar la mejor atención y educación a los perros.

Programas complementarios y servicios personalizados

Ofrecer servicios adicionales como terapia de comportamiento, consejos y seguimiento constante mediante la página web, entrenamiento específico para perros de terapia y clase de deportes caninos, con el fin de que su mascota pueda obedecer y realizar las tareas asignadas según su categoría de raza y tamaño.

Las 5 fuerzas de Porter aplicado a la Escuela Canina No Control Lona

Las Fuerzas de Porter es un modelo desarrollado por Michael Porter que analiza el entorno competitivo de una industria. Estas fuerzas incluyen la competencia entre competidores existentes, la amenaza de nuevos participantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes y la amenaza de productos o servicios sustitutos. El análisis de estas fortalezas permite a las empresas comprender el nivel de competencia en su industria y tomar decisiones estratégicas para mantener una ventaja competitiva, donde 0 significa ninguna fortaleza y 5 significa alta fortaleza.

Tabla No. 3 Fuerza de Porter No Control Lona

FUERZAS DE LA ESCUELA CANINA NO CONTROL LONA	PONDERACION
Poder de negociación de los clientes	2
Poder de negociación de los proveedores	2
Amenaza de nuevos competidores	1
Amenaza de productos y servicios sustituidos	2
Rivalidad entre los competidores existentes	1

3

³ Tabla de las 5 fuerzas de Porter realizado para el plan de negocio de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2024.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Ilustración No. 7 Fuerza de Porter de No Control Lona



Fuente: Elaboración propia

Poder de negociación de los clientes

La demanda y oferta es un factor crucial para determinar el poder de negociación de los clientes, en el mercado existen pocas instituciones caninas por lo cual la demanda de los servicios brindados y atención personalizada juega un rol importante en el plan de negocio, la calidad y reputación en cada servicio brinda la confianza y seguridad a cada dueño y su mascota.

Poder de negociación de los proveedores

La disponibilidad de varios proveedores en alimentos, equipo de entrenamiento y suministro indican la gran posibilidad de hallar un servicio de excelente calidad bajo los términos y condiciones justificables favoreciendo ambos lados y aceptando las condiciones establecidas por la institución.

Amenaza de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores en esta área es bajo debido a la inflación en precios y servicios brindados a las mascotas, creando una insatisfacción al dueño debido a los malos conocimientos previamente

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

brindados, estas experiencias conllevan que la satisfacción no sea la esperada.

Amenaza de productos y servicios sustituidos

El avance de tecnología y métodos inclusivos de técnicas básicas mediante redes sociales puede crear falta de culturalización respecto al tema de educación completa y correcta en los canes y sus dueños al adquirir conocimientos no aprobados.

Rivalidad entre los competidores existentes

La rivalidad entre los competidores existentes se genera en la zona geográfica de posicionamiento, dentro de guayaquil existe solo una institución que brinda servicios similares de entrenamiento canino, sin embargo, los servicios y calidad en entrenamiento destacan debido a la seguridad brindada y conocimiento en el área respectiva.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Elaboración del FODA

Tabla No. 4 Elaboración del FODA

Fortalezas		Amenazas	
F1	Instalaciones adecuadas y seguras para dueños y sus perros.	A1	Posible falta de disponibilidad del personal capacitado y experimentado en el campo de adiestramiento.
F2	Experiencia y conocimiento en el entrenamiento y comportamiento canino.	A2	Cambios en la economía global del país.
F3	Personal capacitado, profesional y apasionado por el cuidado y adiestramiento de perros.	A3	Cambios normativos en la regulaciones locales o nacionales relacionados con perros.
F4	Variedad de programas personalizados para cada mascota y sus dueños.	A4	Comentarios negativos o críticas en línea.
F5	Enfoque en el refuerzo positivo y técnicas sin crueldad.	A5	Cambio de leyes que no brinden protección completa a los animales.
Oportunidades		Debilidades	
O1	Participación en eventos y exposiciones para incrementar la visualización y atraer nuevos clientes	D1	Dificultad en manejo de perros agresivos o con problemas de comportamiento graves.
O2	Posibilidad de maximizar la oferta de programas y servicios adicionales, como paseos, guarderías, atención veterinaria y capacitaciones de la correcta educación a sus dueños.	D2	Falta de manejo de redes sociales.
O3	Demanda creciente de servicios de entrenamiento y cuidados de perros.	D3	Dependencia de la disponibilidad y participación de los dueños de los perros en el proceso de entrenamiento.
O4	Florecimiento en la relación de dueños de mascotas para generar confianza y fidelización.	D4	Falta de presupuesto para pautas publicitarias.

4

⁴ Elaboración del FODA de la escuela canina No Control Lona en la cual se establecen las estrategias comerciales para cada área.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Elaboración de FODA cruzado

Tabla No. 5 FODA cruzado

Estrategias para F O	Estrategias para F A
<ul style="list-style-type: none"> - Expansión de nuevas sucursales debido a la alta demanda en los servicios de educación canina. F1O3 - Creación de programas personalizados para perros de trabajo, búsqueda y rescate. F4O2 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de programas individuales para cada comportamiento o temperamento de sus mascotas. F4A3 - Creación de perfil en sitio web para requerimientos específicos de cada dueño respecto al aprendizaje de su perro. F5A1
Estrategias para D O	Estrategias para D A
<ul style="list-style-type: none"> - Participación en eventos caninos para mayor conocimiento de la marca y sus servicios. D4O1 - Personal altamente capacitado y certificado en comportamiento agresivos. D1O4 - Organización estratégica para el correcto uso de las pautas sin afectar el capital indicado. D2O2 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa en asociaciones o grupos de la industria canina que aboguen por los intereses de los profesionales del entrenamiento y sus mascotas. D3A5 - Establecer alianza con otras escuelas caninas de confianza que puedan complementar los servicios. D3A2

5

⁵ Elaboración de tabla de estrategias del FODA cruzado de la escuela canina No Control Lona,

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Tabla No. 6 Estrategias establecidas con fechas

Estrategia	Fecha
<ul style="list-style-type: none"> - Creación de programas individuales para cada comportamiento o temperamento de sus mascotas con el fin de ayudar y armonizar la relación con su entorno. - Participación activa en asociaciones o grupos de la industria canina que aboguen por los intereses de los profesionales del entrenamiento y sus mascotas. - Organización estratégica para el correcto uso de las pautas sin afectar el capital indicado. - Personal altamente capacitado y certificado en comportamiento agresivos. - Creación de programas personalizados para perros de trabajo, busque y rescate. - Creación de perfil en sitio web para el ingreso y requerimiento específico de cada dueño respecto al aprendizaje de su perro. - Participación en eventos caninos para mayor conocimiento de la marca y sus servicios. - Expansión de nuevas sucursales debido a la alta demanda en los servicios de educación canina. 	<ul style="list-style-type: none"> - Enero del 2024 a marzo del año 2024 con duración de tres meses cada programa. - Desde el inicio de enero del año 2024 y con duración permanente. - Pautas publicitarias adquiridas cada tres meses con un mes de pusa para la correcta administración de base de datos. - Una capacitación cada tres meses al personal de cada aérea. - Octubre con duración de permanencia. - Mantenimiento de la página web cada cuatro meses . - Programaciones en meses de julio, octubre y diciembre del año 2024. - Febrero del año 2025.

6

⁶ Elaboración de estrategias con fecha de cumplimiento por resultados positivos de las estrategias comerciales.

Elaboración de análisis PESTEL

Tabla No. 7 Elaboración de análisis PESTEL

Político	Económico	Social	Tecnológico	Ambiental	Legal
Regulaciones y normativas relacionadas con el bienestar animal y entrenamiento de perros.	Tenencias económicas que afecten la capacidad de los dueños en invertir en servicios de entrenamiento y cuidado.	Inseguridad	Implementación de microchip con información geográfica y salud de su mascota.	Collares de choques eléctricos o adiestramiento agresivo.	Protección de datos y privacidad.
Subsidios o incentivos gubernamentales para promover el entrenamiento y cuidado responsable.	Cambio en patrones de gasto de los dueños y su disposición a adquirir servicios personalizados.	Manifestaciones sociales	Plataformas en línea que ayuden con el aprendizaje y la interacción con los dueños de los perros.	Contaminación de agua y suelos.	Requisitos de licencias y certificaciones para profesionales del entrenamiento canino avanzado.
Políticas locales y nacionales que afecten a la tenencia de mascotas o actividades relacionados con perros.	Elevación en valores de importación de equipos para entrenamiento.	Fenómeno del niño	Dispositivos con inteligencia artificial en hogares.	Impacto en la flora y fauna.	Regularización en el bienestar animal.

7

⁷ Elaboración de un análisis PESTEL con índice en cada área.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Elaboración del análisis PESTEL

Tabla No. 8 Análisis de Linkert

Se desarrolla el análisis de Linkert en base a la tabla ejecutada del análisis de Pestel que se muestra en la TABLA

FACTOR	ASPECTO	TIEMPO(AÑOS)			TIPO DE IMPACTO		
		CORTO (1-2)	MEDIO(2- 5)	LARGO(5+)	POSITIVO	NEGATIVO	INDIFERENCIA
POLÍTICO	ASPECTO P1	Regulaciones y normativas relacionadas con el bienestar animal y entrenamiento de perros.	X			X	
	ASPECTO P2	Subsidios o incentivos gubernamentales para promover el entrenamiento y cuidado responsable.		X		X	
	ASPECTO P3	Políticas locales y nacionales que afecten a la tenencia de mascotas o actividades relacionados con perros.	X			X	
ECONÓMICO	ASPECTO E1	Tenencias económicas que afecten la capacidad de los dueños en invertir en servicios de entrenamiento y cuidado.	X			X	
	ASPECTO E2	Cambio en patrones de gasto de los dueños y su disposición adquirir servicios personalizados.	X			X	
	ASPECTO E3	Elevación en valores de importación de equipos para entrenamiento.					
SOCIAL	ASPECTO S1	Inseguridad	X			X	
	ASPECTO S2	Manifestaciones sociales	X			X	
	ASPECTO S3	Prohibiciones debido al aumento de la sobrepoblación de perros	X				X

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

TECNOLÓGICO	ASPECTO T1	Creación de dispositivos electrónicos que monitoreen el seguimiento de los entrenamientos, juguetes interactivos o chip integrados.		X		X	
	ASPECTO T2	Plataformas en línea que ayuden con el aprendizaje y la interacción con los dueños de los perros.		X			X
	ASPECTO T3	Dispositivos con inteligencia artificial en hogares.			X	X	
AMBIENTAL	ASPECTO A1	Collares de choques eléctricos o adiestramiento agresivo.		X			X
	ASPECTO A2	Contaminación de agua y suelos.	X			X	
	ASPECTO A3	Impacto en la flora y fauna.	X			X	
LEGAL	ASPECTO L1	Protección de datos y privacidad.	X			X	
	ASPECTO L2	Requisitos de licencias y certificaciones para profesionales del entrenamiento canino avanzado.	X				X
	ASPECTO L3	Regularización en el bienestar animal.		X			X

8

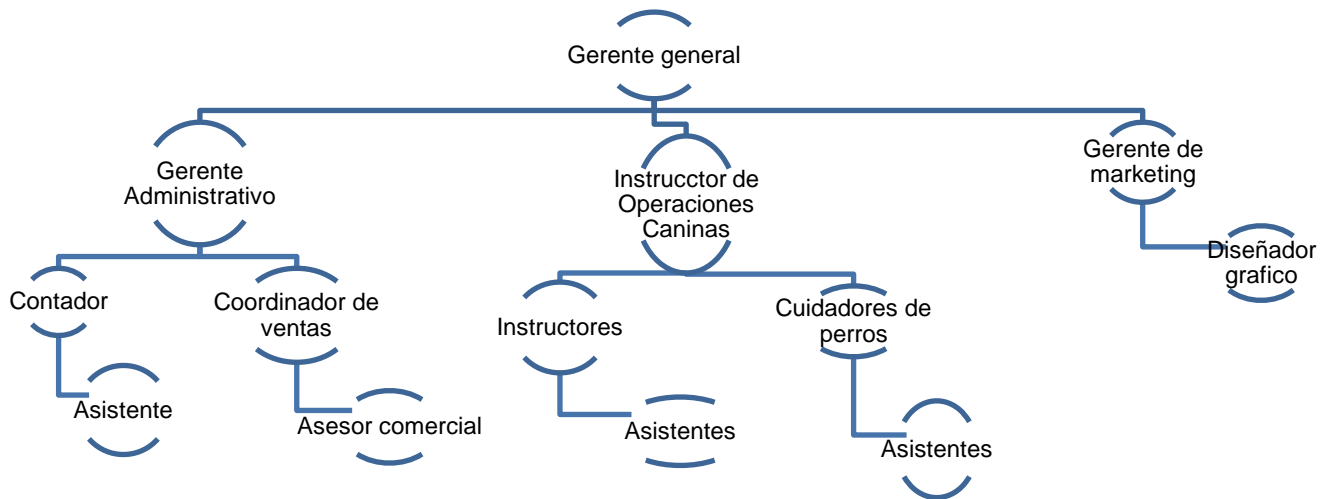
⁸ Elaboración de tabla de análisis de la escuela canina No control Lona

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

2.3. Estructura organizacional: Organigrama

En el siguiente organigrama se muestra a los departamentos de cada área que empieza la empresa en el lapso del primer año con una equivalente de crecimiento del 85%.

Ilustración No. 8 Organigrama de No Control Lona



Fuente: Paulette Barahona

2.4. Plan de marketing

2.4.1 Contexto general del mercado

El plan de Marketing de No control Lona se encuentra en el sector de servicios relacionados con el cuidado y entrenamiento de perros, en los últimos años se ha observado un incremento significativo en la industria de las mascotas ya que cada vez más las personas consideran a sus perros como miembros de la familia y están dispuestos en invertir en su bienestar y desarrollo.

El análisis del mercado indica que los dueños de perros buscan adquirir educación y entrenamiento para corregir problemas de comportamiento, socialización con perros, estimulación mental y física o preparación para competencias y eventos. Algunas escuelas se centran en el entrenamiento básico de obediencia, sin embargo, en No control Lona ofrecemos servicios especializados en habilidades avanzadas tales como agilidad, búsqueda y rescate, mascotas de terapia y de compañía las cuales con certificación de nuestra escuela podrá viajar junto a su dueño sin restricciones.

Establecer estrategia de marketing tale como:

Identidad a la marca al desarrollar un nombre, logotipo que reflejen la filosofía mediante un mensaje distintivo que resalte los beneficios y valores.

Factores claves

Calidad de entrenamiento. – Los dueños pueden sentirse seguros al obtener un efectivo entrenamiento basado en la necesidad individual y con técnicas de refuerzo positivo que se brinda en la institución.

Experiencia y conocimiento– este punto es importante ya que es basado en un personal altamente calificado y con experiencia ideal en cada área del cual dependerá totalmente el nivel de confianza y seguridad en la educación que reciben las mascotas.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Instalaciones adecuadas. – Este punto es importante ya que garantizar un entorno seguro y favorable para el buen entrenamiento y capacitación de los dueños, genera seguridad.

Comunicación efectiva. – Mantener una comunicación clara y precisa con los dueños de los perros es esencial ya que se debe brindar una información detallada de cada programa, servicio o asesoramiento que se está dando en el cuidado y educación de la mascota.

Reputación y testimonios. - La reputación en la escuela es crucial ya que de aquello dependerá atraer clientes, los testimonios y referencias proporcionadas por los clientes satisfechos son influyentes.

Variedad en servicios y programas. – Esto es un motivante importante y clave para acaparar con diferentes tipos de clientes desde un programa de obediencia básica hasta programas avanzados, entrenamientos de perros de terapia y actividades de socialización.

Atención al cliente. – El brindar atención al cliente de manera respetuosa, amable, atento a las necesidades y preocupaciones que tienen los dueños de los perros es clave ideal para una relación de confianza y lealtad.

Marketing efectivo. – estrategias como pautas publicitarias, cuñas y auspicios en la tv, incrementa la visualización, reconocimiento e impacto de los servicios y la necesidad de corregir los comportamientos no deseados que tienen sus mascotas.

Estos factores son clave para brindar una experiencia de entrenamiento y cuidado de perros excepcional, establecer relaciones sólidas entre los dueños y sus mascotas que ayudan a adaptarse constantemente al cambio.

2.4.2 Perfil del cliente

Propietario preocupado: El cliente está preocupado por los comportamientos no deseados de su mascota y buscará una solución efectiva. Puede que esté frustrado o por la situación y busca ayuda profesional; cuenta

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

con conocimiento limitado sobre el comportamiento canino y no sabe cómo abordar los problemas específicos de su mascota. Esta dispuesto a aprender y seguir las instrucciones de los expertos en la escuela canina.

El fuerte interés en el bienestar y la felicidad de su perro lo anima a encontrar soluciones que no sean perjudiciales para su mascota y cuenta con predisposición a seguir métodos de entrenamiento que sean seguros y sin maltrato alguno, siguiendo las técnicas de entrenamiento sugeridas y directrices establecidas por los instructores para la mejora de su relación y así construir una conexión más fuerte y afectuosa con su mascota a través del entrenamiento, comprensión e inducciones del correcto comportamiento canino.

El dueño se compromete con el proceso de entrenamiento para corregir los comportamientos no deseados de su mascota, invirtiendo tiempo y esfuerzo para lograr resultados efectivos.

Es importante tener en cuenta que cada cliente es único y puede variar en términos de su nivel de compromiso, conocimiento y expectativas. Sin embargo, este perfil general puede ayudar a comprender las características y actitudes comunes de los clientes que buscan ayuda en una escuela canina para abordar los comportamientos no deseados de su mascota.

MARKETING MIX

2.4.3 Estrategia de producto

En la escuela canina No control Lona se centra en desarrollar y promover características distintas que destacan de la competencia tales como programas online y presencial personalizados para cada dueño y mascota que no cuenta con la disponibilidad del tiempo para las clases.

En la modalidad presencial se maneja en grupos pequeños de 2 a 5 perros con un acompañante, los cuales recibirán las clases que se realizan en las diferentes áreas, bajo el siguiente cronograma:

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Lunes, miércoles y viernes, con duración de 4 horas cada día, en las instalaciones.

“Sentado” en la cual se enseña al perro mediante una señal correspondiente, este comando ayudará a mantener quieto, calmado y controlado a su mascota.

“Quieto” mantener mediante un comando específico a que su perro se quede quieto hasta realizar la señal de liberación, es útil para prevenir comportamientos indeseados, como correr tras algo o saltar a personas.

“Ven aquí” enseñar a acudir cuando es llamado, es importante para su seguridad y para mantener un control efectivo.

“Échate” este movimiento puede ser útil para controlar a su mascota en lugares públicos o cuando se necesita que este tranquilo, entre otros trucos o correcciones.

Se emplea un cronograma de tutorías o consultorías privadas basada en la necesidad de la corrección del comportamiento negativo que está teniendo su perro, enfocado en el refuerzo positivo y estimulación mental, premiando cada logro obtenido con recompensas; esta modalidad es mediante la incorporación de herramientas tecnológicas que brinda la página web dada por un instructor que cuenta con la disponibilidad de horario nocturno de 18:00 a 22:30 y con los implementos que obtiene al inscribirse en las clases online, a su vez de videollamadas mediante WhatsApp o la plataforma de Zoom en la comodidad de su hogar.

2.4.4. Estrategia de precio

Las estrategias en el precio son proporcionadas por el departamento de contabilidad, marketing y administración ya que estos tres departamentos ayudan a establecer y proyectar cada meta sea mensual o anual para el incremento de ventas y poder tener un plan de emergencia en caso de un declive en la escuela canina.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Los programas presenciales estándar tienen un valor de \$180 con clases brindadas 3 días a la semana con una duración de 4 horas, adquieren conocimientos básicos, acceso a los instrumentos de entrenamiento, áreas climatizadas.

Programas presenciales intermedio tiene un valor de \$250 con clases 5 veces por semana con opción a reprogramar con anticipación de 2 días, áreas climatizadas, acceso a Instrumentos de entrenamiento, 2 sesiones gratuitas en casas vía zoom con una duración de 1 hora y 30 minutos para clases de socialización con su entorno, 1 seminario de correcta educación y armonización en la relación dueño y perro con el 50% de descuento en su valor final y consejos de suplementos alimenticios para su mascota.

2.4.5 Estrategia de distribución

Al contar con diversas plataformas virtuales y sinnúmero de personas que conviven a diario en sus celulares, se implementa una página web que brinde servicios en línea y consultas para los dueños que no pueden adquirir el servicio de entrenamiento en la institución brindado así comodidad y satisfacción al usuario, mediante la página puede visualizar recursos educativos como libros, videos o consejos de instructores profesionales al comportamiento canino.

Con ubicación en zona norte de Guayaquil para la realización de las clases programadas grupales o privadas. Cuenta con áreas verdes y adecuadas para cada servicio brindado por los instructores y cuidadores caninos.

Cuenta con transporte para su mascota desde traslado desde su domicilio hasta el lugar de entrenamiento en zonas verdes, para reducir así la falta de socialización con su entorno.

2.4.6 Estrategia de promoción

¿Busca de una escuela canina de confianza en Guayaquil para educar y entrenar a su compañero peludo? La Escuela Canina "No Control Lona" se utiliza métodos de entrenamiento basados en técnicas y refuerzo positivo. Mediante un aprendizaje divertido y gratificante tanto para el perro como para su dueño. Los instructores expertos en cada área se dedican a crear un ambiente seguro y estimulante donde su perro pueda aprender, crecer y desarrollar habilidades importantes, con una sólida base de conocimientos y amplia experiencia en el adiestramiento canino.

En No Control Lona se ofrece variedades de programas y servicios diseñados para satisfacer las necesidades individuales de cada perro y su propietario. Ya sea que estén en busca de corregir problemas de comportamiento, establecer una base sólida de obediencia o simplemente mejorar el vínculo con su mascota, el equipo de instructores y cuidadores altamente calificados cuentan con compromiso para brindar a los propietarios y sus perros una experiencia de aprendizaje enriquecedora y positiva.

El objetivo es superar la expectativa del cliente y proporcionar resultados duraderos otorgando un excelente servicio al cliente y apoyo continuo durante todo el proceso de entrenamiento. Contamos con las herramientas necesarias para dar a su mascota una vida feliz y equilibrada.

¡Contacta hoy mismo a la escuela canina No Control Lona y comienza el viaje hacia una relación más fuerte y armoniosa con su fiel amigo de cuatro patas!

2.4.7 Estrategia de personas

El proceso de selección en el personal es basado en experiencia mínima de 2 años en el área bajo los cuidados y comportamientos agresivos y no deseados con resultados del 80% de efectividad en el trato, se toma en cuenta las certificaciones avaladas por el ministerio del trabajo.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Con conocimientos de técnicas de mejoramiento sin maltratar a las mascotas o causar traumas en el proceso de entrenamiento, incentivando el correcto cuidado y guía que se debe llevar dentro y fuera de la escuela canina.

El personal de era rendir una prueba psicología para poder medir su grado mental.

Debe contar con responsabilidad afectiva y responsabilidad en las distintas áreas que se le asigne culminando y dando reportes al final del día a su superior y en caso de haber poca afluencia de ventas crear un plan de mejora. La puntualidad, lealtad y honestidad son los factores importantes en la escuela a la hora de contratar al personal que se asignará a cada aérea, ya que la identidad de la empresa es definida por estos tres valores fundamentales.

2.4.8 Estrategia de procesos

El emblema de la escuela canina No control Lona es **“No se trata de controlar a tu mascota sino aprender juntos el verdadero estilo de vida para ambos”** – (Paulette Barahona Mandich, 2023) se basa en brindar servicios de entrenamiento, adiestramiento y educación canina a sus dueños de excelente calidad, la cual ayuda a mejorar la relación dueño y perro bajo comandos básicos, intermedios y premium independientemente del paquete que de servicio que desea, la institución busca impartir el correcto conocimiento sobre el cuidado correcto y sin causar traumas en ellos.

Los dueños deben comprender como los perros se comunican, qué los motiva y como aprenden. Esto incluye reconocer el lenguaje corporal del perro, entender sus necesidades emocionales y sociales, y reconocer los signos de estrés o incomodidad en su mascota.

Los dueños deben aprender a abordar y manejar comportamientos no deseados, como ladridos excesivos, saltos, mordisqueo o agresividad. Esto implica aprender técnicas de modificación de conducta positivas y efectivas para corregir problemas de comportamiento y fomentar comportamientos

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

deseables, deben educarse sobre la dieta adecuada, el ejercicio, el cuidado dental, la prevención de enfermedades y las necesidades de atención veterinaria de su perro. Mantener una buena salud y bienestar es esencial para la calidad de vida de su mascota.

La educación canina requiere tiempo, paciencia y consistencia. Los dueños deben estar dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en la educación y el entrenamiento de su perro, y ser consistentes en su enfoque para obtener resultados positivos.

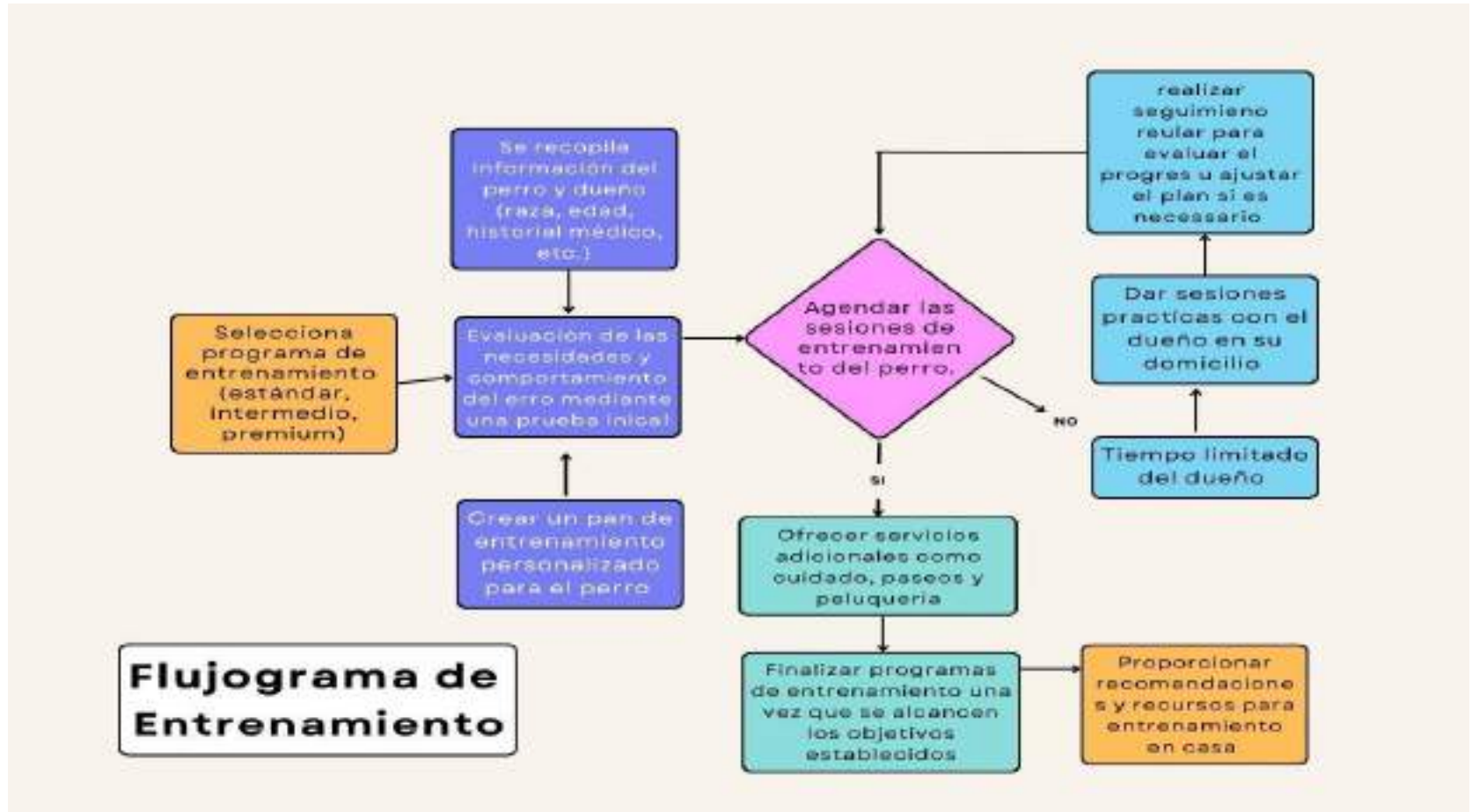
Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Ilustración No. 9 Flujoograma de programación



Fuente: Paulette Barahona

Ilustración No. 10 Flujoograma de entrenamiento



Fuente: Paulette Barahona

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

2.4.9 Estrategia de evidencia física

La estrategia de evidencia se basa en el logo y eslogan de la escuela a su vez de los uniformes, implementos de entrenamientos, instalaciones y pagina web que brinda información de cada servicios, instructor y horario de clase. A continuación, se visualiza los detalles de la escuela canina No control Lona:

Ilustración No. 11 Logo No Control Lona



Fuente: Paulette Barahona

Ilustración No. 12 Uniformes de No Control Lona



Fuente: Paulette Barahona

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Ilustración No. 13 Tarjeta de presentación



Fuente: Paulette Barahona

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

2.5. Plan de acción

Tabla No. 9 Plan de acción de la estrategia 1

Establecer pautas publicitarias en Facebook, Instagram, cuñas en radio para dar a conocer los servicios brindados y marca.						
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Implementar cuñas publicitarias en radios	Impulsar las ventas	Gerente de marketing/ asistente	3/6/2025	3/8/2026	Presupuesto para pautas, plataformas digitales, computador, internet.	Número en incremento de ventas.
Invertir en artes digitales para página web	Aumentar la presencia en línea	Diseñador gráfico/asistente	3/1/2025	Permanente	Presupuesto para programas de diseño gráfico, computador portátil.	Aumento de satisfacción de los clientes.
Invertir en pautas publicitarias.	Generar conciencia de reconocimiento de la escuela	Gerente general/instructor	Enero	Permanente	Presupuesto, tiempo, diseño.	Número de programas de entrenamiento vendidos.
Ejecutar programas de referidos	Fidelizar clientes	Coordinador de ventas/asistente	Mayo	Julio	Presupuesto para página web, mantenimiento, tiempo.	Número de fidelización de clientes
Ejecutar ofertas promocionales	Fidelizar clientes	Gerente de marketing/gerente administrativo	Octubre	Diciembre	Presupuesto, tiempo.	Número de incremento en ventas.

9

⁹ Tabla de la primera estrategia del plan de acción.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Tabla No. 10 Plan de acción de la estrategia 3

Establecer al menos una alianza estratégica con veterinarios locales y municipio de guayaquil al finalizar el primer trimestre del año 2024.						
Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Desarrollar visita a veterinarios locales y municipio	Generar conciencia de reconocimiento de la escuela	Gerente administrativo/gerente de marketing	15/3/2025	30/5/2025	Presupuesto viáticos, tiempo.	Alianza estables y efectivas
Participar en ferias o eventos deportivos caninos	Generar conciencia de reconocimiento de la escuela	Instructor/asesor comercial/asistente/cuidador canino	15/10/2025	31/10/2025	Presupuesto para pautas, animador, equipos, carpas y auspiciantes.	Incremento en ventas
Implementar programas de educación conjunta	Incrementar las ventas	Gerente administrativo/gerente de marketing/coordinador de ventas	Noviembre	Diciembre	Presupuesto, volantes, propagandas, pautas, internet, tiempo.	Reconocimiento de la escuela
Ejecutar campañas de esterilización y vacunación	Mantener alianzas estables y efectivas a largo tiempo	Contador/gerente administrativo/cuidador canino/asistente	1/7/2025	31/7/2025	Carpa, implementos de vacunación, dinero, volantes, viáticos, tiempo.	Número de clientes fidelizados
Establecer una red de referencia y colaboración	Mejorar el desempeño brindado en la escuela	Coordinador de ventas/gerente de marketing/gerente administrativo	Marzo	Permanente	Tiempo, página web, internet, dinero.	Asociaciones con grupo locales.

10

¹⁰ Tabla de la segunda estrategia del plan de acción

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Implementar programas de referidos y recompensas para clientes

Medios (estrategias)	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Implementar programas de acumulación de puntos	Fidelización de clientes	Gerente marketing/contador	1/10/2025	1/3/2026	Presupuesto de mantenimiento a la página, tiempo.	Número de clientes fidelizados
Desarrollar sorteos	Impulsar las ventas	Gerente de marketing/diseñador gráfico	25/6/2024	31/06/2024	Presupuesto, regalos, animador, carpas y auspiciantes.	Número de seguidores
Establecer programa de premios en página web	Generar conciencia de reconocimiento de la escuela	Gerente general/asistente	Diciembre 2025	Enero 2026	Presupuesto, diseño, implementos de premios tiempo.	Número de satisfacción en clientes
Implementar descuento compartidos	Fidelizar clientes	Gerente de marketing /contador	Julio	Agosto	Presupuesto, diseño, pautas, premios.	Número de clientes fidelizados
Establecer membresía vip por referidos	Impulsar ventas	Diseñador gráfico /asistente	Mayo	Permanente	Tiempo, presupuesto, artes digitales.	Reconocimiento de la marca

11

¹¹ Tabla de la tercera estrategia del plan de acción

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Tabla No. 11 Plan de acción de la estrategia 4

Medios (estrategias)	Aumentar la fidelización de los clientes mediante descuentos por referidos					
	Resultado esperado		F e c h a		Recursos	Indicador de gestión
			Inicio	Fin		
Ejecutar eventos especiales por referidos	Generar conciencia de reconocimiento de la escuela	Gerente administrativo/asistente	15/3/2025	30/3/2025	Auspiciantes, viáticos, tiempo, dinero	Reconocimiento de la marca
Invertir en promociones en redes sociales	Impulsar las ventas	Gerente de Marketing/instructor	Octubre	Permanente	Pautas, artes digitales, diseño, equipo de cómputo, dinero	Número de seguidores
Desarrollar programas de descuentos escalonados	Mantener relación con el cliente	Gerente general/contador	Octubre	Permanente	Diseño, página web, tiempo, artes digitales	Incremento en ventas
Establecer programas de cumpleaños	Fidelizar clientes	Coordinador de ventas/contador	Marzo	Permanente	Premios, tiempo, dinero	Número de clientes fidelizados
Implementar programa de referidos en eventos o pop-ups	Fidelizar clientes	Gerente general/gerente administrativo	1/4/2025	30/4/2025	Parque, permisos, dinero, tiempo	Número de clientes fidelizados

12

¹² Tabla de la cuarta estrategia del plan de acción

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Tabla No. 12 Plan de acción de la estrategia 5

Capacitar a los propietarios mediante cursos teóricos sobre el cuidado, nutrición y comportamiento canino.						
Medios	Resultado esperado	Equipo	Inicio		Recursos	Indicador de gestión
				Fin		
Implementar seminarios	Fidelizar clientes	Instructor de operaciones caninas/asistente	2/9/2024	5/9/2024	Salón, capacitador, presupuesto, equipo computo	Número de clientes fidelizados
Desarrollar cursos de cuidado canino	Impartición de conocimiento	Cuidador canino/instructor	28/3/2024	31/3/2023	Instructor, equipos de proyección, carpas y auspiciantes.	Evaluación a dueños
Cursos de nutrición canina	Mejorar el cuidado canino	Cuidador canino/asistente	15/4/2024	18/4/2024	Presupuesto, pautas, artes digitales, tiempo.	Índice de masa corporal en canes
Desarrollar clases de salud y prevención de enfermedades	Dueños con conocimientos en el tema	Instructor/cuidador canino	Agosto	Septiembre	Salón, capacitador, presupuesto.	Numero de canes enfermos
Desarrollar recursos escritos	Fidelizar clientes	Coordinador de ventas/gerente administrativo	Abril	Permanente	Tiempo, presupuesto	Número de clientes fidelizados

13

¹³ Tabla de la quinta estrategia del plan de acción.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

3.1 Principales supuestos financieros

Para este proyecto se ha definido que las proyecciones estimadas para los próximos 5 años oscilan entre el 3,74%, considerando el promedio de incremento observado en años previos, y alcanzan el 5,78% al finalizar el quinto año. En lo que respecta a los sueldos, se hace mención a una variable de incremento del 5%; comenzando con un salario de \$475 en el primer año y alcanzando \$575 al concluir el quinto año. La previsión de la demanda sugiere un aumento constante del 2% anual, mientras que los gastos experimentarán un incremento del 10% año tras año.

Tabla No. 13 Supuestos económicos

	2025	2026	2027	2028	2029
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada	3,74	4,25%	4,76%	5,27%	5,78%
Salarios básicos proyectados	475,00	500,00	525,00	550,00	575,00
Incremento anual de sueldos		5%	5%	5%	5%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	2%	2%
Comportamiento de los gastos		10%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración propia

3.2 Inversión inicial

En el cuadro anexado en este documento sobre el tema de inversión, se describirán cada uno de los recursos que se serán utilizados para equipar el negocio, dado que el plan de negocios explica los objetivos, la estrategia comercial y financiera de la empresa. Además, todo lo analizado debe ser claro y conciso, debido a qué se puede aumentar la confianza de los inversores en una empresa y aumentar las posibilidades de obtener el capital requerido para empezar, con el fin de demostrar el propósito del futuro de una compañía. También, en el cuadro adjunto se observará los aportes propios y aportes de terceros que serán necesarios y se consideran el capital de la empresa.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Tabla No. 14 Inversión inicial de No Control Lona

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	35000	\$35.000,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	5000	\$5.000,00
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	450	\$900,00
IMPRESORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	275	\$550,00
ESCRITORIOS	MUEBLES & ENSERES	5	120	\$600,00
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	48	23,5	\$1.128,00
ANAQUELES	MUEBLES & ENSERES	3	45	\$135,00
VEHÍCULO	VEHÍCULOS	1	17000	\$17.000,00
VENTILADOR	EQUIPOS DE OFICINA	2	30	\$60,00
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	2	750	\$1.500,00
VITRINAS	MUEBLES & ENSERES	2	50	\$100,00
IPAD	EQUIPOS DE CÓMPUTO	3	187	\$561,00
INVERSIÓN TOTAL				62.534,00

14

3.3. Sueldos y salarios

En esta parte, se reflejan los pagos o remuneración que se realizarán durante los primeros cinco años; especificando la cantidad y los cargos laborales de las personas contratadas como personal administrativo y de ventas; los cuales serían Gerente General, Coordinador de Ventas y Asesor Comercial, desde el primer año se considerará la afiliación de los trabajadores, y a partir del segundo año en adelante se ingresa el Fondo de reserva de los empleados. Así mismo, para el personal operativo; como los instructores de operaciones caninas se mostrará las proyecciones mensuales para los primeros cinco años de trabajo, incluyendo afiliación y los Fondos de

¹⁴ Tabla de inversión inicial de No control Lona

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Reserva. El detalle de las cifras que se muestran en la tabla se los puede encontrar en el [Anexo 1](#).

Tabla No. 15 Sueldos del personal administrativo

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	\$762,48	\$853,21	\$895,87	\$940,56	\$987,38
Coordinador de Ventas	\$611,88	\$684,14	\$718,35	\$754,16	\$791,66
Asesor Comercial	\$642,00	\$717,95	\$753,85	\$791,44	\$831,01
Total mensual	\$2.016,36	\$2.255,31	\$2.368,07	\$2.486,16	\$2.610,05

Tabla No. 16 Sueldos del personal operativo

Nómina	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Instr. Operaciones Caninas	\$642,00	\$717,95	\$753,85	\$791,44	\$830,80
Instr. Operaciones Caninas	\$642,00	\$676,29	\$753,85	\$791,44	\$830,80
Instr. Operaciones Caninas	\$0,00	\$633,54	\$753,85	\$791,44	\$830,80
Total mensual	\$1.284,00	\$2.027,78	\$2.261,56	\$2.374,32	\$2.492,41

15

¹⁵ Tabla de los sueldos y salarios del personal contratado en la empresa.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

3.4. Productos o servicios

En este cuadro se evidencian cuáles serán los medios que serán utilizados en el negocio, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, entre los cuáles serán: la obediencia básica, la obediencia intermedia, la obediencia avanzada, nutrición, entrenadores personales, búsqueda y rescate, perro guía, home can, vínculo a la sociedad, domicilio express, paseos caninos, cuidadores. Por otro lado, se refleja la cantidad esperada por los siguientes cinco años de trabajo en el negocio. El detalle de las cifras que se muestran en la tabla se los puede encontrar en el [Anexo 2](#).

Tabla No. 17 Demanda anual de los servicios

DEMANDA ESPERADA ANUAL (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada año)					
OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OB. BASICA	240	240	240	240	240
OB. INTERMEDIA	168	168	168	168	168
OB. AVANZADA	132	132	132	132	132
NUTRICION	276	276	276	276	276
ENTRENADOR PERSONAL	204	204	204	204	204
BUSQ. Y RESCATE	168	168	168	168	168
PERRO GUIA	132	132	132	132	132
HOME CAN	228	228	228	228	228
VIN. A LA SOCIEDAD	240	240	240	240	240
DOC. EXPRESS	444	522	666	810	1.009
PASEOS CANINOS	168	168	168	168	168
CUIDADORES	204	204	204	204	204
TOTAL	2.604	2.682	2.826	2.970	3.169

16

¹⁶ Tabla de demanda esperada anual de los servicios.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

3.5. Venta

En estos cuadros se mostrarán las actividades ejercidas para estimular a los potenciales clientes a realizar determinada compra. Donde se detallan los precios de venta individuales por cada producto o servicio durante los cinco años laborando en la empresa, además se incluye las ventas totales de cada año para observar el resultado de cada uno de estos y cuáles son los más favorables o recurrentes para la clientela. El detalle de las cifras que se muestran en la tabla se los puede encontrar en el [Anexo 3](#).

Tabla No. 18 Venta totales anualmente

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OB. BASICA	10.200,00	10.710,00	11.245,50	11.807,78	12.398,16
OB. INTERMEDIA	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06	12.762,82
OB. AVANZADA	12.540,00	13.167,00	13.825,35	14.516,62	15.242,45
NUTRICION	8.970,00	9.418,50	9.889,43	10.383,90	10.903,09
ENTRENADOR PERSONAL	8.670,00	9.103,50	9.558,68	10.036,61	10.538,44
BUSQ. Y RESCATE	10.920,00	11.466,00	12.039,30	12.641,27	13.273,33
PERRO GUIA	7.260,00	7.623,00	8.004,15	8.404,36	8.824,58
HOME CAN	9.006,00	9.456,30	9.929,12	10.425,57	10.946,85
VIN. A LA SOCIEDAD	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
DOC. EXPRESS	15.318,00	18.909,45	25.332,14	32.349,83	42.312,38
PASEOS CANINOS	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61
CUIDADORES	5.100,00	5.355,00	5.622,75	5.903,89	6.199,08
TOTAL	108.864,00	117.132,75	128.466,61	140.641,02	156.018,13

17

¹⁷ Tabla de las ventas totales anualmente.

3.6 Costos

En la siguiente tabla se muestran de manera detallada los costos totales anualmente de los sueldos de todo el personal que va a operar dentro de la empresa, con la estimación del incremento del 5% en cada año. [Anexo 4.](#)

Tabla No. 19 Costos totales anualmente

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	15.408,00	24.333,35	27.138,67	28.491,85	29.908,94
TOTAL	15.408,00	24.333,35	27.138,67	28.491,85	29.908,94

¹⁸

3.7 Gastos

Esta tabla presenta un desglose exhaustivo de todos los desembolsos que este proyecto asumirá durante su funcionamiento. En este contexto, abarca el consumo de todos los recursos necesarios para llevar a cabo tanto las operaciones comerciales como las administrativas. A continuación, se describen en detalle los distintos rubros, tales como sueldos, alquiler, limpieza, servicios básicos, seguridad, publicidad, capacitación, permisos de funcionamiento, movilización y suministro de oficina. El detalle de las cifras que se muestran en la tabla se los puede encontrar en el [Anexo 5.](#)

Tabla No. 20 Gastos operacionales

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	24.196,35	27.063,67	28.416,85	29.833,94	31.320,64
ALQUILER	6.600,00	7.260,00	7.986,00	8.784,60	9.663,06
LIMPIEZA	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
SERVICIOS BÁSICOS	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
SEGURIDAD	5.700,00	6.270,00	6.897,00	7.586,70	8.345,37

¹⁸ Tabla de costos totales anualmente.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PUBLICIDAD	720,00	792,00	871,20	958,32	1.054,15
CAPACITACIÓN	440,00	484,00	532,40	585,64	644,20
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	90,00	99,00	108,90	119,79	131,77
MOVILIZACIÓN	960,00	1.056,00	1.161,60	1.277,76	1.405,54
SUMINISTROS DE OFICINA	720,00	792,00	871,20	958,32	1.054,15
TOTAL	40.626,35	45.136,67	48.297,15	51.702,27	55.375,80

19

3.8 Condiciones de préstamo

Se ha contemplado iniciar las operaciones mediante la obtención de un préstamo financiero a través del Banco Pichincha. Este banco ha aprobado un crédito versátil por un monto de \$61,534.00, con una tasa de interés efectiva del 16.00%. Esta suma se ha dividido en 60 pagos mensuales, cada uno equivalente a \$1,520.71. Este préstamo se ha designado como parte integral de la inversión inicial, que se considera esencial para dar comienzo a las actividades y la comercialización. El detalle de las cifras que se muestran en la tabla se los puede encontrar en el [Anexo 5](#).

Tabla No. 21 Préstamo bancario

Variable	Valores
Préstamo	\$62.534,00
Tasa anual	16,00%
Pagos por año	12
Tasa por período	1,33%
Plazo Deuda (años)	5
Cuotas (número)	60
Dividendo	\$1.520,71

20

¹⁹ Tabla de gastos operacionales para el desarrollo de la empresa

²⁰ Tabal del préstamo bancario para la creación de un plan de negocio.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

3.9 Indicadores económicos

En esta parte sobresale el WACC (Weighted Average Cost of Capital) medio ponderado del capital; el cual, se considera como la tasa de descuento para valorar empresas o proyectos de inversión mediante el método del descuento de flujos de caja esperados. Además, por su fácil interpretación se recomiendo a todo tipo de empresas. Donde el costo de la deuda es la tasa de interés que paga tu empresa por los fondos prestados (ajustada, porque el interés es deducible de impuestos). (Financlick, 2020)

Tabla No. 22 Indicadores económicos

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-42.779,80	24.281,10	17.077,09	21.951,14	24.760,81	22.689,22
VALOR PRESENTE FLUJO	-42.779,80	27.305,74	16.493,00	18.575,91	19.951,85	19.951,17
WVACC	-42.779,80	26.664,26	16.169,04	18.486,87	19.756,81	19.750,33

Nº de acciones comunes	50.000
Nº de acciones en venta	10.000
WACC	18,29%
TIR	54,29%
VAN	\$ 22.750,33
PAYBACK	2 años y 7 meses

Nº de acciones preferidas	200
Nº de acciones comunes	200
WACC	20%
TASA DE DESCUENTO	20%
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	18,29%
WACC PARA PROYECTOS NUEVOS	18,29%

TIEMPO	VALOR
0	-4.268
n = 1	4.691
n = 2	4.467
n = 3	4.819
n = 4	5.185
n = 5	5.563
n = 6	5.953
n = 7	6.355
n = 8	6.769
n = 9	7.195
n = 10	7.633
n = 11	8.083
n = 12	8.545
n = 13	9.019
n = 14	9.505
n = 15	9.993
n = 16	10.493
n = 17	11.005
n = 18	11.529
n = 19	12.065
n = 20	12.613
n = 21	13.173
n = 22	13.745
n = 23	14.329
n = 24	14.925
n = 25	15.533
n = 26	16.153
n = 27	16.785
n = 28	17.429
n = 29	18.085
n = 30	18.753
n = 31	19.433
n = 32	20.125
n = 33	20.829
n = 34	21.545
n = 35	22.273
n = 36	23.013
n = 37	23.765
n = 38	24.529
n = 39	25.305
n = 40	26.093
n = 41	26.893
n = 42	27.705
n = 43	28.529
n = 44	29.365
n = 45	30.213
n = 46	31.073
n = 47	31.945
n = 48	32.829
n = 49	33.725
n = 50	34.633
n = 51	35.553
n = 52	36.485
n = 53	37.429
n = 54	38.385
n = 55	39.353
n = 56	40.333
n = 57	41.325
n = 58	42.329
n = 59	43.345
n = 60	44.373
n = 61	45.413
n = 62	46.465
n = 63	47.529
n = 64	48.605
n = 65	49.693
n = 66	50.793
n = 67	51.905
n = 68	53.029
n = 69	54.165
n = 70	55.313
n = 71	56.473
n = 72	57.645
n = 73	58.829
n = 74	60.025
n = 75	61.233
n = 76	62.453
n = 77	63.685
n = 78	64.929
n = 79	66.185
n = 80	67.453
n = 81	68.733
n = 82	70.025
n = 83	71.329
n = 84	72.645
n = 85	73.973
n = 86	75.313
n = 87	76.665
n = 88	78.029
n = 89	79.405
n = 90	80.793
n = 91	82.193
n = 92	83.605
n = 93	85.029
n = 94	86.465
n = 95	87.913
n = 96	89.373
n = 97	90.845
n = 98	92.329
n = 99	93.825
n = 100	95.333

21

3.10 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el que los ingresos son iguales a los costos totales, es decir, donde la empresa no tiene ni ganancias ni pérdidas. En este caso, se puede observar que el porcentaje de equilibrio disminuye cada año, lo que indica que la empresa está generando mayores ganancias. Los costos fijos disminuyen en el segundo año y luego aumentan gradualmente, mientras que las ventas y los costos variables aumentan cada año. La utilidad también aumenta cada año.

²¹ Tabla de indicadores económicos.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Tabla No. 23 Análisis del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 59.422,25	\$ 57.403,62	\$ 58.771,78	\$ 60.075,81	\$ 61.286,28
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 93.456,00	\$ 92.799,40	\$ 101.327,94	\$ 112.149,17	\$ 126.109,18
% Equilibrio	64%	62%	58%	54%	49%
VENTAS	\$108.864,00	\$ 117.132,75	\$ 128.466,61	\$ 140.641,02	\$ 156.018,13
COSTOS VARIABLES	\$ 15.408,00	\$ 24.333,35	\$ 27.138,67	\$ 28.491,85	\$ 29.908,94
COSTOS FIJOS	\$ 59.422,25	\$ 57.403,62	\$ 58.771,78	\$ 60.075,81	\$ 61.286,28
UTILIDAD	\$ 34.033,75	\$ 35.395,78	\$ 42.556,16	\$ 52.073,36	\$ 64.822,90
VERIFICACIÓN					
VENTAS	\$ 69.219,13	\$ 72.455,69	\$ 74.512,63	\$ 75.338,25	\$ 75.821,37
COSTOS VARIABLES	\$ 9.796,89	\$ 15.052,06	\$ 15.740,85	\$ 15.262,45	\$ 14.535,09
COSTOS FIJOS	\$ 59.422,25	\$ 57.403,62	\$ 58.771,78	\$ 60.075,81	\$ 61.286,28
UTILIDAD	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

22

3.11 Razones financieras

Razón Corriente: La razón corriente del proyecto indica que, por cada dólar invertido, tiene entre 33 y 5 dólares para respaldar la deuda durante los 5 años.

Capital de trabajo: El capital de trabajo es positivo en todos los periodos, lo que indica que el proyecto puede hacer frente a sus deudas sin problemas.

Activo total: por cada dólar que se invierte en el proyecto los activos totales rotan entre 2 y 1 vez por cada año.

Endeudamiento: Por cada dólar en activos, el proyecto debe entre 0,25ctvs y -0,12 centavos entre los años 1 y 5.

Leverage total: El leverage total muestra que la empresa tiene comprometido su patrimonio 34 veces en el primer año, disminuyendo hasta -0,11 veces en el año 5.

²² Tabla de punto de equilibrio.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Margen bruto: El margen bruto indica que, por cada dólar invertido, se genera entre el 36% y el 41% de utilidad.

Margen operativo: El margen operativo muestra una utilidad operacional del 5% y 31% entre los cinco años.

Margen neto: El margen neto es del 2% en el primer ciclo, aumentando cada año hasta llegar alcanzar el 18% al quinto año.

ROA: El ROA expresa los beneficios obtenidos por las inversiones realizadas y es positivo durante los años 1 a 5, superando el 5%, lo que indica que la empresa es rentable.

ROE: El ROE determina la rentabilidad de la empresa y proporciona información sobre el beneficio obtenido por cada dólar invertido. Los valores obtenidos son positivos.

Tabla No. 24 Ratios financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 5,64	\$ 6,75	\$ 7,04	\$ 7,07	\$ 7,11
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 57.243,95	\$ 73.827,25	\$ 93.182,96	\$ 114.493,80	\$ 143.480,41
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ACTIVOS	\$ 1,24	\$ 1,17	\$ 1,09	\$ 1,00	\$ 0,92
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,25	\$ 0,12	\$ 0,02	-\$ 0,06	-\$ 0,12
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,34	\$ 0,14	\$ 0,02	-\$ 0,05	-\$ 0,11
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,40	\$ 0,37	\$ 0,34	\$ 0,31	\$ 0,28
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 4,63	\$ 5,51	\$ 8,03	\$ 14,18	\$ 44,57
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$ 0,86	\$ 0,79	\$ 0,79	\$ 0,80	\$ 0,81
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$ 0,40	\$ 0,37	\$ 0,38	\$ 0,40	\$ 0,43
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$ 0,18	\$ 0,17	\$ 0,19	\$ 0,21	\$ 0,24
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$ 0,22	\$ 0,20	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,22
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$ 0,30	\$ 0,23	\$ 0,21	\$ 0,20	\$ 0,20

23

²³ Tabla de ratios financieros.

Conclusiones

En este trabajo se determinó el impacto de crear una empresa dedicada a la elaboración y ayuda de corrección de los comportamientos no deseados en nuestros caninos. Lo más importante es que las personas que adquieren el producto ven resultados duraderos y el crecimiento del proyecto en los últimos años es positivo y se aspira que no detenga su crecimiento. Existen diferentes razones; entre ellas, está el interés con una demanda que crece en querer tener una armonía y vínculo con su mascota, disfrutar y reducir los riesgos de abandono. Además de poder generar un impacto positivo en la sociedad de que las mascotas son animales completamente domésticos capaces de también tener un sitio adecuado en un Avon o lugares comerciales por su comportamiento.

Recomendaciones

Se debe mejorar los procesos internamente de los productos de limpieza para que no produzca en un futuro una enfermedad o alergia tanto a las mascotas como a sus dueños, crear más programas de vinculación consciente para animales de "raza agresiva" en lugares abiertos para que así la sociedad pueda ver que todo depende de la crianza y corrección del comportamiento a tiempo para evitar cualquier accidente

A menudo se viven generando mayores controles dentro de los procesos de elaboración de la cerveza, motivo por el que se debe estar cambiando año a los procedimientos de su producción, para que se puedan habilitar los permisos correspondientes de elaboración. Mayor asociación con refugios, veterinarias y alcaldía de diferentes ciudades para brindarle la información adecuada de criar a los perros.

Bibliografía

Kumar, V., & Petersen, J. A. (2018). Using metrics to improve marketing strategy . *Business Horizons*, 61.

(CGC), C. G. (2022). *American Kennel Club*. Obtenido de <https://www.akc.org/public-education/resources/informacion-en-espanol/program-buen-ciudano-canino/>

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. . (2007). Marketing research. *John Wiley & Sons*.

ABDALA. (2016). *UDGVIRTUAL*. Obtenido de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3192/1/Capacitaci%c3%b3n_efecto.pdf

Accenture. (2018). Customer 2020: Are you future-ready or reliving the past? . https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-77/accenture-global-consumer-pulse-research-study-2018.pdf.

Administración de Pequeñas Empresas (SBA). (2021). Préstamos para pequeñas empresas. <https://www.sba.gov/espanol/prestamos-y-líneas-de-crédito/préstamos-para-pequeñas-empresas>.

Allen, D. (2015). Getting Things Done: The Art of Stress-Free Productivity. *Penguin*.

Álvarez, J. L., & orres, F. . (2015). Percepción de los consumidores sobre la calidad de los productos y su relación con la intención de compra. *Cuadernos de Administración*, 63-76.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- AMIN, Z. (04 de ABRIL de 2022). *Squeeze Growth*. Obtenido de <https://squeezegrowth.com/es/nike-marketing-strategies/>
- Amit, R., & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review*, 41-49.
- ANIMAL, J. D. (2022). *SALUD BIENESTAR ANIMAL*. Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/jefatura-de-bienestar-animal/>
- Animalear. (14 de mayo de 2015). *¿Qué es una mascota?* Obtenido de [animalear.com by miscota : https://animalear.com/b/que-es-una-mascota-2](https://animalear.com/b/que-es-una-mascota-2)
- Arechavaleta, E. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos*. Cautilán Izcalli: Omniascience.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). Principles of marketing. *Pearson Australia*.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). Marketing: An Introduction. *Pearson*.
- Arriola, L. S. (23 de febrero de 2022). *maltrato animal: un reflejo de nuestra sociedad* . Obtenido de Mexico Social : <https://www.mexicosocial.org/maltrato-animal/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. . https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/2018-05/LEY_ORGANICA_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR_1.pdf.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Asociación de Perros Guía Murcia. (s.f.). *Historia del perro guía*. Recuperado el 2 de abril de 2023, de Asociación de Perros Guía Murcia:

<https://perrosguiamurcia.org/nuestros-perros/historia-del-perro-guia/>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2021). ¿Cómo fomentar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe? <https://www.iadb.org/es/noticias/como-fomentar-el-crecimiento-de-las-pequenas-y-medianas-empresas-en-america-latina-y-el-caribe>.

Barrios, D. (29 de noviembre de 2017). *10 tipos de perros de servicio y lo que hacen*. Obtenido de Perritos Hardcore :

<https://perritoshc.mx/index.php/k2-extra-field-groups/perritos-y-mascotas/item/6667-10-tipos-de-perros-de-servicio-y-lo-que-hacen>

Bazán, A. (13 de abril de 2023). *Durán: Sacrificaron a los dos perros que mataron a una niña a mordiscos*. Obtenido de Expreso :

<https://www.expreso.ec/guayaquil/duran-sacrifican-perros-atacaron-nina-157165.html>

Blanco, F. (enero de 2012). *Dirección de ventas: Liderazgo en el Siglo XXI*.

Boella, M. J., & Goss-Turner, S. (2013). Human resource management in the hospitality industry. *A guide to best practice*. Routledge.

Boone, L. E., & Kurtz, D. L. . (2019). Contemporary Marketing. *Cengage Learning*.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Buzby, J. C., Ready, R. C., & Skees, J. R. (2014). Food safety and imports: An analysis of FDA food-related import alerts 2004-2011 . *Economic Research Service, USDA*.
- Carbajal, L. (13 de MAYO de 2013). CLUBENSAYOS. Obtenido de CLUBENSAYOS: <https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-Cerveza/738868.html>
- Cárcel, J. A., & Gómez, M. . (2018). Selección de localización óptima para franquicias de restauración rápida mediante la aplicación de técnicas multicriterio. . *Cuadernos de gestión*, 33-52.
- CARO, A. (2006). MARCA Y PUBLICIDAD: UN MATRIMONIO POR AMOR. *MARCA Y PUBLICIDAD: UN MATRIMONIO POR AMOR*, pág. <https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/39998>.
- Carrillo, A. M. (2015). *RUA: Centro de entrenamiento para perros señal (documento proyecto)*. Obtenido de unipiloto: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/878/0002512.pdf?sequence=1>
- Castellanos, A. (01 de febrero de 2021). *Diferencias entre humanos y animales* . Obtenido de Animales y Biología : <https://animalesbiologia.com/zoologia/diferencias-entre-humanos-y-animales>
- Castello, V. S. (2015). *Estudio de la conducta alimentaria en perros con problemas de comportamiento (trabajo de fin de grado)* Obtenido de

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Facultad de Veterinaria Universidad Zaragoza:

<https://zaguan.unizar.es/record/57486/files/TAZ-TFG-2015-2960.pdf>

CENSOS, I. E. (2016). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en Hogares Urbanos y Rurales. ECUADOR.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. . (2019). Digital marketing: strategy, implementation and practice. *Pearson UK*.

CHAMORRO, D. (2012). *Elaboración de un plan de negocios para la producción de Cerveza Artesanal*. Obtenido de Elaboración de un plan de negocios para la producción de Cerveza Artesanal:
<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2012/bpmfcic448e/doc/bpmfcic448e.pdf>

Chang, H. C., Yeh, Y. H., & Chen, T. T. (2018). Assessing the impact of restaurant image, food quality, service quality, and perceived value on behavioral intentions: Evidence from Taiwan. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 95-118.

Chipotle Mexican Grill. (2021). About Us. <https://www.chipotle.com/about-us>.

Chopra, S., & Meindl, P. (2016). Supply chain management: Strategy, planning, and operation. . *Pearson Education*.

Clayton, M. C. (2014). The impact of social media on lodging performance. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 214-230.

COMPAÑIAS, S. D. (2013). CRECIMIENTO PORCENTUAL DE LA OFERTA. ECUADOR: SU.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

comunitaria, R. e. (2010). Beneficios de la Cerveza en la Salud.

ScienceDirect, 1.

Corporation., M. (2022). McDonald's Careers.

<https://www.mcdonalds.com/us/en-us/careers.html>.

Dang, T. C., Nguyen, T. H., & Nguyen, Q. D. (2019). The impact of local sourcing on food safety and customer satisfaction: Evidence from the Vietnamese restaurant industry. *Journal of Cleaner Production*, 89-98.

Deighton, J., & Kornfeld, L. (2016). Digital disruption in the restaurant industry. *Journal of Marketing Research*, 651-668.

Deloitte. (2020). The power of short-term goals.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ca/Documents/finance/ca-en-finance-power-of-short-term-goals-aoda.pdf>.

DEMING, E. (16 de 05 de 2011). REDALYC. Obtenido de REDALYC:

<https://www.redalyc.org/pdf/1942/194218961006.pdf>

Díaz Videla , M., & López, P. (2017).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6174227>. *Dialnet*,

Pág. 73-90 Vol.34, Nº 1.

Dwit. (24 de marzo de 2021). *Importancia de la estrategia comercial y su planificación*. Obtenido de dwit: <https://dwit.es/importancia-estrategia-comercial-y-su-planificacion/>

ECUADOR, B. C. (28 de 08 de 2020). *REVISTRA INDUSTRIAS*. Obtenido de REVISTRA INDUSTRIAS: <https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Ecuador, G. d. (24 de diciembre de 2019). *registro oficial organo de la republica del Ecuador*. Obtenido de <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/12339-suplemento-al-registro-oficial-no-107>
- Ells, D. (2021). Shake Shack Founder Danny Meyer Shares The Secret To Success. *Forbes*.
- ERICKSON, B. F. (2010). *LA PUBLICIDAD*. BARCELONA: FIRMAS PRESS.
- Escuela de postgrado de Veterinaria. (21 de julio de 2021). *5 cuidados del perro imprescindibles para su bienestar*. Obtenido de Animales Domésticos, Clínica Veterinaria: <https://postgradoveterinaria.com/cuidados-perro-recomendaciones-basicas/>
- Española, R. A. (2022). *bienestar* .
- ESPAÑOLA, R. A. (2022). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA*. Obtenido de <https://dle.rae.es/venta?m=form>
- Euromonitor International. (2009). Fast Food in Western Europe: Coping with Recession. <https://www.euromonitor.com/fast-food-in-western-europe-coping-with-recession/report>.
- Euromonitor International. (2020). Fast Food in 2020: Coronavirus (COVID-19) Impact. . <https://www.euromonitor.com/fast-food-in-2020-coronavirus-covid-19-impact/report>.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Faria, C. (22 de abril de 2015). *'Liberación Animal', de Peter Singer: 40 años de controversia*. Obtenido de elDiario. es:

https://www.eldiario.es/caballodenietzsche/liberacion-animal-peter-singer-controversia_132_2708211.html

FERNANDEZ, F. (2017). *ESTUDIO DE MERCADO*. MORRISVILLE: LULU.COM.

Fernández, L. d. (2013). El maltrato animal desde un punto de vista criminológico . *Dialnet* , 1-11. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5476723>

Financlick. (28 de 03 de 2020). *Qué es el WACC y cómo interpretarlo*.

Obtenido de Financlick: [https://www.financlick.es/que-es-el-wacc-y-como-interpretarlo-n-81-](https://www.financlick.es/que-es-el-wacc-y-como-interpretarlo-n-81-es#:~:text=El%20WACC%20ser%C3%A1%20mayor%20cuanto,el%20nivel%20de%20fondos%20propios)

[es#:~:text=El%20WACC%20ser%C3%A1%20mayor%20cuanto,el%20nivel%20de%20fondos%20propios](https://www.financlick.es/que-es-el-wacc-y-como-interpretarlo-n-81-es#:~:text=El%20WACC%20ser%C3%A1%20mayor%20cuanto,el%20nivel%20de%20fondos%20propios).

Five Guys. (2021). Our story. Recuperado el 30 de abril de 2023.

<https://fiveguys.com/about-us>.

Forbes. (2021). America's best loyalty programs. .

<https://www.forbes.com/sites/michaelgoldstein/2021/02/08/americas-best-loyalty-programs/?sh=790d483d2388>.

Fundación Arcor . (diciembre de 2022). *Nosotros y las mascotas* . Obtenido de Fundación Arcor : fundacionarcor.org/wp-content/uploads/2022/12/PAD-vinculosanos_nosotrosylasmascotas-9-a-

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

García, A. (2020). La ubicación óptima de los negocios de comida rápida .

Revista de Emprendimiento e Innovación , 23-30.

García, F., Gil, M., & García, P. (6 de MAYO de 2013). CLUBENSAYOS.

Obtenido de CLUBENSAYOS:

[https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-](https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-Cerveza/738868.html)

[Cerveza/738868.html](https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-Cerveza/738868.html)

García, F., Gil, M., & García, P. (2013). *ClubyEnsayos*. Obtenido de

ClubyEnsayos: [https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-](https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-Cerveza/738868.html)

[Cerveza/738868.html](https://www.clubensayos.com/Ciencia/Elaboracion-De-Cerveza/738868.html)

García, M. (2019). Historia de los puestos de hamburguesas. *Revista de*

Gastronomía, 23-30.

García, M., & Blanco, J. (2000). Principales enfermedades fúngicas que

afectan a los animales domésticos . *Iberoamericana Micología* , 2-7.

González, J. (2020). La gestión del tiempo en la industria gastronómica.

Revista de Investigación Gastronómica, 23-36.

Goudreau, J. (2019). The Secret Sauce Behind In-N-Out Burger's Success.

Forbes.

Gupta, S., & Chandra, B. (2021). Digital marketing: Opportunities and

challenges for food service industry. *Journal of Tourism, Hospitality*

and Culinary Arts, 88-99.

Gupta, S., & Lehmann, D. R. (2005). Managing customers as investments:

the strategic value of customers in the long run. *Upper Saddle River,*

NJ: Wharton School Publishing.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Haelle, T. . (2015). Subway Moves To Antibiotic-Free Meat, Poultry In North American Restaurants. *Forbes*.
- Hair, J. F., & McDaniel, C. (2017). Investigación de mercados. *Cengage Learning Editores*.
- Hill, C. W. L., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). an integrated approach. *Strategic management*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). Administración estratégica: conceptos y casos. *Cengage Learning*.
- Hoogendoorn, C., Gosselt, J. F., & Janssen, M. (2019). The importance of sustainability in supplier selection: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 1306-1319.
- Hornik, J., & Hornik, J. (2010). Food price inflation and store-brand purchasing. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 393-408.
- Hosseini, S. S., & Hojati, M. (2016). Site selection criteria for fast food industry. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 138-147.
- HUBSPOT, B. (28 de 07 de 2021). *HUBSPOT*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-preventa>
- Impossible Foods. (2021). About Impossible Foods. <https://impossiblefoods.com/about/>.
- INEGI. (2021). Estadísticas a propósito del Día Mundial de la Alimentación. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/Alimentacion0.pdf>.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

IVAN ANAYA BENAVIDES, LEOVIGILDO LÓPEZ ROMERO, ANDRES

WONG AUZ. (2013). *DIALNET*. Obtenido de DIALNET:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4855900>

Jaramillo Luzuriaga, S. A. (2021). Las estrategias de marketing y su importancia en las empresas. *Espíritu Emprendedor TES*.

Johnson, R. (2019). Comida rápida y estilo de vida: Una revisión de la literatura . *Revista Internacional de Estudios Gastronómicos* , 45-57.

Jordán, E. P. (septiembre de 2017). *Análisis de los factores que inciden en el abandono de mascotas (perros) y su impacto social en el sector fertisa de la Coop. "Ahora le toca al pueblo" de la ciudad de Guayaquil*

(. Obtenido de Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología:

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21440/1/PAULINA%20DE LGADO.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21440/1/PAULINA%20DE%20LGADO.pdf)

JULIAN. (27 de 11 de 2020). *REDIBAI*. Obtenido de <https://redibai-myid.org/portal/wp-content/uploads/2021/02/607-8617-77-7.pdf#page=50>

Kandampully, J. (2013). Service management: The new paradigm in hospitality . *Routledge*.

Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). *Pearson*.

Kimoon, B. (22 de octubre de 2014). *Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.un.org/spanish/waterforlifedecade/quality.shtml>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing. . *Pearson Education*.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing. *Pearson Education*.
- Kumar, V., & Karande, K. (2000). Theory and practice in marketing. *Tata McGraw-Hill Education*.
- Kumar, V. (2019). Metrics for measuring marketing effectiveness: A survey of CMOs. *Journal of Marketing Analytics*, 72-85.
- La Vanguardia. (7 de Febrero de 2020). *El sector de la restauración, un negocio atractivo para emprendedores*. Obtenido de La Vanguardia.;; <https://www.lavanguardia.com/vida/20200207/47340252817/el-sector-de-la-restauracion-un-negocio-atractivo-para-emprendedores.html>
- Lee, J. (2013). The impact of social media on consumer behavior. *Journal of Research in Interactive Marketing*,, 287-307.
- Lee, J., & Kim, J. (2019). How restaurant quality, perceived value, and customer satisfaction affect behavioral intentions in the family restaurant context. *Journal of Hospitality Marketing & Management* , 514-533.
- Li, X., Liu, L., & Liu, X. (2015). Study on the optimization of fast food production process. *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*,, 221-230.
- Libro, J. C. (2008). Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/894/894.pdf>
- Liker, J. K. (2004). The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer. *McGraw-Hill Education*.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Liu, F. (11 de julio de 2022). *La sociedad mascotizada (trabajo de Fin de grado)*. Obtenido de Universidad de Valladolid (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales):
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/56936/TFG-E-1651.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Liu, M. T., & Hsieh, Y. J. (2021). Strategic Analysis of the Competitive Environment and Competitive Advantage for Chinese Restaurant. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*,, 8.
- Loizides, F., & Sigala, M. (2018). Strategic Marketing in Tourism Services. *In Strategic Management in Tourism*, 71-98.
- Love, J. F. (1995). McDonald's: Behind the arches. *Bantam*.
- Lucas, M. I. (29 de enero de 2022). *Opciones 'Pet Friendly' para disfrutar junto a tus mascotas en Guayaquil*. Obtenido de Expreso:
<https://www.expreso.ec/guayaquil/opciones-pet-friendly-disfrutar-tus-mascotas-120383.html>
- Malaver Rojas, N. (2020). Estrategia Empresarial: Conceptos teorías y principales herramientas. *E-docUR*.
- Malhotra, N. K. (2010). Marketing research: An applied orientation. *Pearson*.
- Maribel Pozo Reyes, M. M. (julio de 2022). *educaciòn animal tesis*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8808761>
- MARSHALL, M. W. (2014). *ADMINISTRACIÓN DE VENTAS*. CARACAS: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

MARTINEZ, J. (2010). *LA HIDRATACIÓN Y LA CERVEZA*. ESPAÑA:

Asociación cereveros de España.

MASCOTAS, C. D. (10 de AGOSTO de 2018). *CUIDADOS DE MASCOTAS* .

Obtenido de <https://www.ciudaddemascotas.com/blog/espacios-adecuados>

McDonald's Corporation. (2021). McDonald's Reports Fourth Quarter And Full

Year 2020 Results. <https://investor.mcdonalds.com/investors/investor-news/press-release-details/2021/McDonalds-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2020-Results/default.aspx>.

McKinsey & Company. (2019). How to create a growth strategy for your small

business. <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth/our-insights/how-to-create-a-growth-strategy-for-your-small-business>.

McKinsey & Company. (2020). COVID-19: Implications for business.

<https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/covid-19-implications-for-business>.

McKinsey & Company. (2021). How restaurants can win in the new normal.

<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-restaurants-can-win-in-the-new-normal#>.

MERCADO, S. D. (2016). ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA CERVEZA EN ECUADOR. ECUADOR.

Ministerio de Salud . (03 de octubre de 2022). *Programación de Esterilización*

(Perros y Gatos) Saneamiento y Gestión Ambiental . Obtenido de

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santo Domingo:

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

<https://www.gob.ec/gadmsd/tramites/programacion-esterilizacion-perros-gatos>

Ministerio del Ambiente. (2019). Ley para la Gestión Integral de Residuos.

<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/LEY-GIR-INGLES-1.pdf>.

Ministerio del Ecuador. (31 de octubre de 2021). *Base de Datos y Registro de Mascotas*. Obtenido de Base de Datos y Registro de Mascotas:

<https://registrodemascotas.ec/legislacion/derecho-de-los-animales-en-ecuador/>

Ministerio del Ecuador. (31 de octubre de 2021). *Reglamento Nacional de*

Tenencia de Perros. Obtenido de Base de datos y registro de mascotas: <https://registrodemascotas.ec/legislacion/derecho-de-los-animales-en-ecuador/>

Mintel. (2021). Healthy fast food - US - June 2021.

<https://reports.mintel.com/display/1065803/>.

Miranda, A. P. (2010). *Psicología del aprendizaje y adiestramiento del perro*.

Madrid - España: Ediciones Díaz de Santos .

MOLERO, I. (30 de 06 de 2014). *UVADOC*. Obtenido de UVADOC:

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5528/TFG-N.50.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MORALES, L. M. (2013). *WWW.UG.EDU.EC*. Obtenido de

WWW.UG.EDU.EC: BCIEQ-T- 0017 García Garófolo Jontahan Xavier

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- MOYANO, M. (2017). *DSPACE UTPL*. Obtenido de DSPACE UTPL:
<https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/21342/1/Moyano%20Bojorque%20Mar%c3%ada%20Augusta.pdf>
- Municipio de Loja. (28 de junio de 2016). *Ordenanza municipal de control y protección animal exposición de motivos* . Obtenido de Gobierno de loja : https://www.loja.gob.ec/files/ord_cont_y_proteccion_animal.pdf
- Murrell, J, & Murrell, J. Jr. (2010). Start small, expand carefully: A lesson from Five Guys burgers and fries. *Journal of Business Strategy*,, 50-54.
- National Geographic. (09 de agosto de 2018). *Los ciudadanos que los perros necesitan*. Obtenido de National Geographic en Español:
<https://www.ngenespanol.com/naturaleza/los-cuidados-que-los-perros-necesitan/>
- Nielsen. (2021). Food: A fresh look at what consumers want.
<https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2021/food-a-fresh-look-at-what-consumers-want/>.
- NONAKA. (11 de 05 de 2011). *REDALYC*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/1942/194218961006.pdf>
- Nubika . (13 de marzo de 2020). *El perfil profesional de un educador canino*. Obtenido de Nubika: <https://nubika.es/noticias/perfil-profesional-educador-canino/>
- Organización Mundial de la Salud. (2019). . Inocuidad de los alimentos.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/food-safety>.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Organización Mundial de Sanidad Animal. (2019). *Bienestar Animal*.

Recuperado el 20 de abril de 2023, de Organización Mundial de Sanidad Animal: <https://www.woah.org/es/que-hacemos/sanidad-y-bienestar-animal/bienestar-animal/>

Ormrod, J. E. (2005). *Aprendizaje Humano 4º edición*. España: Pearson Educacion .

Párraga, M. (03 de agosto de 2022). '*Perro*' problema en Guayaquil: animales abandonados. Obtenido de Extra.ec: <https://bit.ly/3Ldzsct>

Parres Serrano, B., & García García, F. (2020). La estrategia en las redes de una marca de moda. *Revista Latina de Comunicación Social*, 33-53.

Paulette Barahona Mandich. (28 de Febrero de 2023). frase. frase. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Pet Lovers . (diciembre de 2015). *Métodos de identificación de mascotas: ¿Cuál es el mejor para tu perro?* Obtenido de Pet Lovers - centro canino : <https://petloverscentrocanino.com/metodos-de-identificacion-de-mascotas-cual-es-el-mejor-para-tu-perro/>

Porter, M. (11 de 2008). Qué es la estrategia? Boston.

Porter, M. E. (2008). On competition. *Harvard Business Review Press*.

Psicología y Empresa. (s.f.). *El Adiestramiento*. Recuperado el 19 de abril de 2023, de Psicología y Empresa: <https://psicologiayempresa.com/el-adiestramiento.html>

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PwC. (2018). Global Consumer Insights Survey.

<https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey-2018.html>.

Real Academia Española. (2021). Plan de acción. *Diccionario de la lengua española* .

Redacción Guayaquil . (2018). La Casa Julián conserva las tradiciones. *el comercio*.

Research and Markets. (2020). Global Vegetarian Food Market 2020-2025 - Analysis By Type, Distribution Channel, By Region, By Country : Market Insights, COVID-19 Impact, Competition and Forecast. <https://www.researchandmarkets.com/reports/5088739/global-vegetarian-food-market-2020-2025>.

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. *Currency*.

Romero, M. (2020). Plan de negocio. *Ciencias Económicas*.

Ruano, K. A. (2022). *Espacios con-sentidos*. Obtenido de Universidad el Bosque: <http://hdl.handle.net/20.500.12495/9331>

Sanchez, j. (1 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

Sánchez, J., & Lago, A. . (2013). Planificación estratégica de la empresa. *Ediciones Pirámide*.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Sánchez-Hernández, M. I., & Mora, M. (2019). Innovación en la oferta gastronómica como ventaja competitiva: Un análisis empírico. *Cuadernos de Gestión*, 95-119.
- SEMERGEN. (1 de 05 de 2015). INCLUIR LA CERVEZA EN LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE. *EL CONSUMO MODERADO DE CERVEZA PODRÍA INCLUIRSE DENTRO DE UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE?*, pág. 1.
- Shake Shack. (2022). Join the Shack Team. <https://www.shakeshack.com/careers/>.
- Shao, B., & Sklar, P. (2014). The impact of restaurant innovation on perceived value, satisfaction, and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 519-536.
- Singh, A., Goyal, P., & Chauhan, A. S. (2017). Evaluation of supplier selection criteria for the food industry using AHP methodology. *Procedia Engineering*, 1023-1030.
- Smith, J. (2018). Competencia en el mercado de hamburguesas . *Revista de Negocios* , 65-76.
- Smith, R. E., & Swinyard, W. R. (2001). Types of error in consumer research. *Journal of Advertising*, 1-15.
- Statista. (2021). Global online food delivery market size from 2018 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/838614/worldwide-online-food-delivery-market-size/>.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

- Stettinius, W., Colley Jr, J., & Doyle, J. (2015). *Plan de negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo: Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha y revisión*. Barcelona: Profit.
- Sweetgreen. (2021). Our Story. <https://about.sweetgreen.com/our-story/>.
- Tapia, X. L. (2018). *Las estrategias comerciales y su incidencia en las ventas de la empresa textil "Creaciones Amiguitos."/tesis*. Recuperado el 28 de abril de 2023, de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4968>:
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4968>
- Technomic. (2019). Technomic Trend Report: Technology in Foodservice. <https://www.technomic.com/reports/industry-reports/2019-technomic-trend-report-technology-foodservice>.
- Technomic. (2021). Healthy Eating Consumer Trend Report. <https://www.technomic.com/reports/consumer-trend-reports/healthy-eating-trend-report>.
- TELÉT ¿GRAFO, E. (2010). ECUADOR Y EL BOOM DE LAS CERVEZAS ARTESANALES. ECUADOR.
- Territorio Mascota . (20 de julio de 2021). <https://www.territoriomascota.com/las-consecuencias-de-la-mala-educacion-del-cachorro/>. Obtenido de territorio mascota. com :
<https://www.territoriomascota.com/las-consecuencias-de-la-mala-educacion-del-cachorro/>
- Trigoso, R. (2007). *Manual de Adiestramiento Canino: Obediencia Básica* . Obtenido de De Perros. org:

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

<https://www.expertoanimal.com/media/manualdeadiestramientocanino.pdf>

TRUJILLO, D. (2017). *REDALYC*. Obtenido de REDALYC:

<https://www.redalyc.org/journal/5826/582661258007/movil/>

Uber Technologies, Inc. (2021). Uber announces financial results for second quarter 2021. . <https://investor.uber.com/news-events/news/press-release-details/2021/Uber-Announces-Financial-Results-for-Second-Quarter-2021/default.aspx>.

UCHA. (27 de 11 de 2020). *REDIBAI*. Obtenido de <https://redibai-my.d.org/portal/wp-content/uploads/2021/02/607-8617-77-7.pdf#page=50>

Valencia, A. M. (25 de mayo de 2021). "*La cultura es tan común entre los animales que incluso los insectos y los peces lo tienen*". Obtenido de BBC News Mundo : <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56753853>

Veggie Grill. (2021). Our Story. <https://www.veggiegrill.com/our-story.html>.

VILAJOANA, S. (2014). *COMO DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD?* BARCELONA: UOC.

Wang, C., Wu, C., & Chen, C. (2008). A study on the relationship between the quality of restaurant ingredients and the quality of restaurant meals . *Journal of Foodservice Business Research*, 294-307.

Wendy's International, Inc. (2021). My Wendy's. . <https://www.wendys.com/my-wendys>.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Wong, V. . (2016). Chipotle E. coli crisis: A comprehensive timeline.

<https://www.eater.com/2016/2/9/10957120/chipotle-ecoli-outbreak-timeline>.

Wu, A. (2020). Amazon. *Digital marketing for restaurants: a guide to getting more customers.*

Yuan, H. (2020). The impact of online reviews on restaurant performance: Evidence from a Chinese restaurant review website . *International Journal of Hospitality Management.*

Zagat. (2017). National Dining Trends Survey. *<https://www.zagat.com/b/2017-national-dining-trends-survey>.*

Zamarreño Aramendia, G. (2020). *Marketing y ventas*. España: ELearning S.L.

Zimmerman, J. L. (2014). *Accounting for Decision Making and Control*. McGraw-Hill Education.

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Anexos

Anexo 1. Sueldos

Sueldos fijos

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$600,00	\$50,00	\$39,58		\$72,90	\$762,48
Coordinador de Ventas	\$475,00	\$39,58	\$39,58		\$57,71	\$611,88
Asesor Comercial	\$500,00	\$41,67	\$39,58		\$60,75	\$642,00
Total mensual	\$1.575,00	\$131,25	\$118,75		\$191,36	\$2.016,36

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$630,00	\$52,50	\$41,67	\$52,50	\$76,55	\$853,21
Coordinador de Ventas	\$498,75	\$41,56	\$41,67	\$41,56	\$60,60	\$684,14
Asesor Comercial	\$525,00	\$43,75	\$41,67	\$43,75	\$63,79	\$717,95
Total mensual	\$1.653,75	\$137,81	\$125,00	\$137,81	\$200,93	\$2.255,31

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$661,50	\$55,13	\$43,75	\$55,13	\$80,37	\$895,87
Coordinador de Ventas	\$523,69	\$43,64	\$43,75	\$43,64	\$63,63	\$718,35
Asesor Comercial	\$551,25	\$45,94	\$43,75	\$45,94	\$66,98	\$753,85
Total mensual	\$1.736,44	\$144,70	\$131,25	\$144,70	\$210,98	\$2.368,07

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$694,58	\$57,88	\$45,83	\$57,88	\$84,39	\$940,56
Coordinador de Ventas	\$549,87	\$45,82	\$45,83	\$45,82	\$66,81	\$754,16
Asesor Comercial	\$578,81	\$48,23	\$45,83	\$48,23	\$70,33	\$791,44
Total mensual	\$1.823,26	\$151,94	\$137,50	\$151,94	\$221,53	\$2.486,16

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente General	\$729,30	\$60,78	\$47,92	\$60,78	\$88,61	\$987,38
Coordinador de Ventas	\$577,37	\$48,11	\$47,92	\$48,11	\$70,15	\$791,66
Asesor Comercial	\$607,75	\$50,65	\$48,13	\$50,65	\$73,84	\$831,01
Total mensual	\$1.914,42	\$159,54	\$143,96	\$159,54	\$232,60	\$2.610,05

Sueldo de mano de obra directa

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Instr. Operaciones Caninas	\$500,00	\$41,67	\$39,58		\$60,75	\$642,00
Instr. Operaciones Caninas	\$500,00	\$41,67	\$39,58		\$60,75	\$642,00
Total mensual	\$1.000,00	\$83,33	\$79,17		\$121,50	\$1.284,00

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Instr. Operaciones Caninas	\$525,00	\$43,75	\$41,67	\$43,75	\$63,79	\$717,95
Instr. Operaciones Caninas	\$525,00	\$43,75	\$0,00	\$43,75	\$63,79	\$676,29
Instr. Operaciones Caninas	\$525,00	\$43,75	\$1,00		\$63,79	\$633,54
Total mensual	\$1.575,00	\$131,25	\$42,67	\$87,50	\$191,36	\$2.027,78

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Instr. Operaciones Caninas	\$551,25	\$45,94	\$43,75	\$45,94	\$66,98	\$753,85
Instr. Operaciones Caninas	\$551,25	\$45,94	\$43,75	\$45,94	\$66,98	\$753,85
Instr. Operaciones Caninas	\$551,25	\$45,94	\$43,75	\$45,94	\$66,98	\$753,85
Total mensual	\$1.653,75	\$137,81	\$131,25	\$137,81	\$200,93	\$2.261,56

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Instr. Operaciones Caninas	\$578,81	\$48,23	\$45,83	\$48,23	\$70,33	\$791,44
Instr. Operaciones Caninas	\$578,81	\$48,23	\$45,83	\$48,23	\$70,33	\$791,44
Instr. Operaciones Caninas	\$578,81	\$48,23	\$45,83	\$48,23	\$70,33	\$791,44
Total mensual	\$1.736,44	\$144,70	\$137,50	\$144,70	\$210,98	\$2.374,32

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Instr. Operaciones Caninas	\$607,75	\$50,65	\$47,92	\$50,65	\$73,84	\$830,80
Instr. Operaciones Caninas	\$607,75	\$50,65	\$47,92	\$50,65	\$73,84	\$830,80
Instr. Operaciones Caninas	\$607,75	\$50,65	\$47,92	\$50,65	\$73,84	\$830,80
Total mensual	\$1.823,26	\$151,94	\$143,75	\$151,94	\$221,53	\$2.492,41

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Anexo 2. Demanda anual de servicios

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
OB. BASICA	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
OB. INTERMEDIA	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
OB. AVANZADA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
NUTRICION	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
ENTRENADOR PERSONAL	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
BUSQ. Y RESCATE	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
PERRO GUIA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
HOME CAN	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
VIN. A LA SOCIEDAD	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
DOC. EXPRESS	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	444
PASEOS CANINOS	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
CUIDADORES	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
TOTAL	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	2.604

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
OB. BASICA	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
OB. INTERMEDIA	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
OB. AVANZADA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
NUTRICION	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
ENTRENADOR PERSONAL	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
BUSQ. Y RESCATE	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
PERRO GUIA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
HOME CAN	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
VIN. A LA SOCIEDAD	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
DOC. EXPRESS	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	522
PASEOS CANINOS	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
CUIDADORES	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
TOTAL	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	2.682

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
OB. BASICA	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
OB. INTERMEDIA	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
OB. AVANZADA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
NUTRICION	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
ENTRENADOR PERSONAL	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
BUSQ. Y RESCATE	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
PERRO GUIA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
HOME CAN	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
VIN. A LA SOCIEDAD	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
DOC. EXPRESS	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	666
PASEOS CANINOS	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
CUIDADORES	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
TOTAL	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	2.826

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
OB. BASICA	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
OB. INTERMEDIA	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
OB. AVANZADA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
NUTRICION	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
ENTRENADOR PERSONAL	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
BUSQ. Y RESCATE	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
PERRO GUIA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
HOME CAN	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
VIN. A LA SOCIEDAD	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
DOC. EXPRESS	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	810
PASEOS CANINOS	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
CUIDADORES	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
TOTAL	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	2.970

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
OB. BASICA	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
OB. INTERMEDIA	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
OB. AVANZADA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
NUTRICION	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
ENTRENADOR PERSONAL	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
BUSQ. Y RESCATE	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
PERRO GUIA	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	132
HOME CAN	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
VIN. A LA SOCIEDAD	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
DOC. EXPRESS	74	75	77	79	81	83	85	87	89	91	93	95	1.009
PASEOS CANINOS	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168
CUIDADORES	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
TOTAL	254	255	257	259	261	263	265	267	269	271	273	275	3.169

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Anexo 3. Ventas anuales

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 1													
OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
OB. BASICA	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	10.200,00
OB. INTERMEDIA	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	10.500,00
OB. AVANZADA	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	12.540,00
NUTRICION	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	747,50	8.970,00
ENTRENADOR PERSONAL	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	722,50	8.670,00
BUSQ. Y RESCATE	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	910,00	10.920,00
PERRO GUIA	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	7.260,00
HOME CAN	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	750,50	9.006,00
VIN. A LA SOCIEDAD	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	6.600,00
DOC. EXPRESS	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	1.276,50	15.318,00
PASEOS CANINOS	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	3.780,00
CUIDADORES	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	425,00	5.100,00
TOTAL	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	9.072,00	108.864,00
VENTAS PROYECTADAS: AÑO 2													
OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
OB. BASICA	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	892,50	10.710,00
OB. INTERMEDIA	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	918,75	11.025,00
OB. AVANZADA	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	1.097,25	13.167,00

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

NUTRICION	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	784,88	9.418,50
ENTRENADOR PERSONAL	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	758,63	9.103,50
BUSQ. Y RESCATE	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	955,50	11.466,00
PERRO GUIA	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	635,25	7.623,00
HOME CAN	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	788,03	9.456,30
VIN. A LA SOCIEDAD	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	577,50	6.930,00
DOC. EXPRESS	1.376,55	1.412,78	1.449,00	1.485,23	1.521,45	1.557,68	1.593,90	1.630,13	1.666,35	1.702,58	1.738,80	1.775,03	1.775,03	18.909,45
PASEOS CANINOS	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	330,75	3.969,00
CUIDADORES	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	446,25	5.355,00
TOTAL	9.561,83	9.598,05	9.634,28	9.670,50	9.706,73	9.742,95	9.779,18	9.815,40	9.851,63	9.887,85	9.924,08	9.960,30	9.960,30	117.132,75
VENTAS PROYECTADAS: AÑO 3														
OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3	
OB. BASICA	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	937,13	11.245,50
OB. INTERMEDIA	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	964,69	11.576,25
OB. AVANZADA	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	1.152,11	13.825,35
NUTRICION	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	824,12	9.889,43
ENTRENADOR PERSONAL	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	796,56	9.558,68
BUSQ. Y RESCATE	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	1.003,28	12.039,30
PERRO GUIA	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	667,01	8.004,15
HOME CAN	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	827,43	9.929,12
VIN. A LA SOCIEDAD	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	606,38	7.276,50
DOC. EXPRESS	1.901,81	1.939,85	1.977,89	2.015,92	2.053,96	2.091,99	2.130,03	2.168,07	2.206,10	2.244,14	2.282,18	2.320,21	2.320,21	25.332,14
PASEOS CANINOS	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	347,29	4.167,45

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

CUIDADORES	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	468,56	5.622,75
TOTAL	10.496,35	10.534,39	10.572,42	10.610,46	10.648,50	10.686,53	10.724,57	10.762,61	10.800,64	10.838,68	10.876,71	10.914,75	128.466,61
VENTAS PROYECTADAS: AÑO 4													
OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
OB. BASICA	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	983,98	11.807,78
OB. INTERMEDIA	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	1.012,92	12.155,06
OB. AVANZADA	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	1.209,72	14.516,62
NUTRICION	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	865,32	10.383,90
ENTRENADOR PERSONAL	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	836,38	10.036,61
BUSQ. Y RESCATE	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	1.053,44	12.641,27
PERRO GUIA	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	700,36	8.404,36
HOME CAN	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	868,80	10.425,57
VIN. A LA SOCIEDAD	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	636,69	7.640,33
DOC. EXPRESS	2.476,16	2.516,10	2.556,04	2.595,97	2.635,91	2.675,85	2.715,79	2.755,73	2.795,66	2.835,60	2.875,54	2.915,48	32.349,83
PASEOS CANINOS	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	364,65	4.375,82
CUIDADORES	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	491,99	5.903,89
TOTAL	11.500,43	11.540,36	11.580,30	11.620,24	11.660,18	11.700,12	11.740,05	11.779,99	11.819,93	11.859,87	11.899,81	11.939,74	140.641,02
VENTAS PROYECTADAS: AÑO 5													
OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
OB. BASICA	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	1.033,18	12.398,16
OB. INTERMEDIA	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	1.063,57	12.762,82

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

OB. AVANZADA	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	1.270,20	15.242,45
NUTRICION	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	908,59	10.903,09
ENTRENADOR PERSONAL	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	878,20	10.538,44
BUSQ. Y RESCATE	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	1.106,11	13.273,33
PERRO GUIA	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	735,38	8.824,58
HOME CAN	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	912,24	10.946,85
VIN. A LA SOCIEDAD	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	668,53	8.022,34
DOC. EXPRESS	3.103,19	3.145,12	3.228,99	3.312,86	3.396,73	3.480,60	3.564,47	3.648,34	3.732,21	3.816,08	3.899,95	3.983,82	3.983,82	42.312,38
PASEOS CANINOS	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	382,88	4.594,61
CUIDADORES	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	516,59	6.199,08
TOTAL	12.578,67	12.620,60	12.704,47	12.788,34	12.872,21	12.956,08	13.039,95	13.123,82	13.207,69	13.291,56	13.375,43	13.459,30	13.459,30	156.018,13

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Anexo 4. Costos anuales

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	15.408,00
TOTAL	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	1.284,00	15.408,00

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	24.333,35
TOTAL	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	2.027,78	24.333,35

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	27.138,67
TOTAL	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	2.261,56	27.138,67

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	28.491,85
TOTAL	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	2.374,32	28.491,85

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 5

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	29.908,94
TOTAL	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	2.492,41	29.908,94

Anexo 5. Gastos

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 1													
GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	2.016,36	24.196,35
ALQUILER	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	6.600,00
LIMPIEZA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
SERVICIOS BÁSICOS	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
SEGURIDAD	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	5.700,00
PUBLICIDAD	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
CAPACITACIÓN	110,00			110,00				110,00				110,00	440,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	45,00							45,00					90,00
MOVILIZACIÓN	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
SUMINISTROS DE OFICINA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
TOTAL	3.496,36	3.341,36	3.341,36	3.451,36	3.341,36	3.341,36	3.341,36	3.496,36	3.341,36	3.341,36	3.341,36	3.451,36	40.626,35
GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2													
GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	2.255,31	27.063,67
ALQUILER	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	7.260,00
LIMPIEZA	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	660,00
SERVICIOS BÁSICOS	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	660,00
SEGURIDAD	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	522,50	6.270,00

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PUBLICIDAD	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	792,00
CAPACITACIÓN	121,00	-	-	121,00	-	-	-	121,00	-	-	-	121,00	484,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	49,50	-	-	-	-	-	-	49,50	-	-	-	-	99,00
MOVILIZACIÓN	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00	1.056,00
SUMINISTROS DE OFICINA	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00	792,00
TOTAL	3.883,31	3.712,81	3.712,81	3.833,81	3.712,81	3.712,81	3.712,81	3.883,31	3.712,81	3.712,81	3.712,81	3.833,81	45.136,67
GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3													
GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	2.368,07	28.416,85
ALQUILER	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	665,50	7.986,00
LIMPIEZA	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	726,00
SERVICIOS BÁSICOS	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	60,50	726,00
SEGURIDAD	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	574,75	6.897,00
PUBLICIDAD	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	871,20
CAPACITACIÓN	133,10	-	-	133,10	-	-	-	133,10	-	-	-	133,10	532,40
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	54,45	-	-	-	-	-	-	54,45	-	-	-	-	108,90
MOVILIZACIÓN	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	96,80	1.161,60
SUMINISTROS DE OFICINA	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60	871,20
TOTAL	4.158,87	3.971,32	3.971,32	4.104,42	3.971,32	3.971,32	3.971,32	4.158,87	3.971,32	3.971,32	3.971,32	4.104,42	48.297,15
GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 4													
GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	2.486,16	29.833,94
ALQUILER	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	732,05	8.784,60
LIMPIEZA	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	798,60
SERVICIOS BÁSICOS	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	66,55	798,60
SEGURIDAD	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	632,23	7.586,70
PUBLICIDAD	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	958,32
CAPACITACIÓN	146,41	-	-	146,41	-	-	-	146,41	-	-	-	146,41	585,64

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

PERMISOS FUNCIONAMIENTO	59,90	-	-	-	-	-	-	59,90	-	-	-	-	119,79
MOVILIZACIÓN	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	106,48	1.277,76
SUMINISTROS DE OFICINA	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	79,86	958,32
TOTAL	4.456,04	4.249,74	4.249,74	4.396,15	4.249,74	4.249,74	4.249,74	4.456,04	4.249,74	4.249,74	4.249,74	4.396,15	51.702,27
GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 5													
GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	2.610,05	31.320,64
ALQUILER	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	805,26	9.663,06
LIMPIEZA	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	878,46
SERVICIOS BÁSICOS	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	73,21	878,46
SEGURIDAD	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	695,45	8.345,37
PUBLICIDAD	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	1.054,15
CAPACITACIÓN	161,05	-	-	161,05	-	-	-	161,05	-	-	-	161,05	644,20
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	65,88	-	-	-	-	-	-	65,88	-	-	-	-	131,77
MOVILIZACIÓN	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	117,13	1.405,54
SUMINISTROS DE OFICINA	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	87,85	1.054,15
TOTAL	4.776,92	4.549,99	4.549,99	4.711,04	4.549,99	4.549,99	4.549,99	4.776,92	4.549,99	4.549,99	4.549,99	4.711,04	55.375,80

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

Anexo 6. Condiciones de pago

Periodos mensuales	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Interés		\$833,79	\$824,63	\$815,35	\$805,94	\$796,41	\$786,75	\$776,97	\$767,05	\$757,00	\$746,82	\$736,50	\$726,05	\$715,45	\$704,71	\$693,83
Capital Pagado		\$686,92	\$696,08	\$705,36	\$714,76	\$724,29	\$733,95	\$743,74	\$753,65	\$763,70	\$773,88	\$784,20	\$794,66	\$805,25	\$815,99	\$826,87
Dividendos		\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71
Saldo	\$62.534,00	\$61.847,08	\$61.151,00	\$60.445,64	\$59.730,88	\$59.006,59	\$58.272,64	\$57.528,90	\$56.775,25	\$56.011,54	\$55.237,66	\$54.453,46	\$53.658,80	\$52.853,54	\$52.037,55	\$51.210,68

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
\$682,81	\$671,64	\$660,32	\$648,84	\$637,22	\$625,44	\$613,50	\$601,41	\$589,15	\$576,73	\$564,14	\$551,39	\$538,46	\$525,37	\$512,10
\$837,90	\$849,07	\$860,39	\$871,86	\$883,49	\$895,27	\$907,20	\$919,30	\$931,56	\$943,98	\$956,56	\$969,32	\$982,24	\$995,34	\$1.008,61
\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71
\$50.372,78	\$49.523,72	\$48.663,33	\$47.791,46	\$46.907,98	\$46.012,71	\$45.105,51	\$44.186,21	\$43.254,66	\$42.310,68	\$41.354,12	\$40.384,80	\$39.402,56	\$38.407,22	\$37.398,61

Plan de negocio para la creación de una escuela canina en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2025.

31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
\$498,65	\$485,02	\$471,21	\$457,22	\$443,04	\$428,67	\$414,11	\$399,35	\$384,40	\$369,25	\$353,90	\$338,34	\$322,58	\$306,60	\$290,41
\$1.022,06	\$1.035,68	\$1.049,49	\$1.063,49	\$1.077,67	\$1.092,04	\$1.106,60	\$1.121,35	\$1.136,30	\$1.151,45	\$1.166,81	\$1.182,36	\$1.198,13	\$1.214,10	\$1.230,29
\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71
\$36.376,55	\$35.340,87	\$34.291,38	\$33.227,89	\$32.150,22	\$31.058,19	\$29.951,59	\$28.830,24	\$27.693,94	\$26.542,48	\$25.375,68	\$24.193,31	\$22.995,19	\$21.781,08	\$20.550,79

46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
\$274,01	\$257,39	\$240,54	\$223,47	\$206,18	\$188,65	\$170,89	\$152,89	\$134,66	\$116,18	\$97,45	\$78,47	\$59,24	\$39,76	\$20,01
\$1.246,69	\$1.263,32	\$1.280,16	\$1.297,23	\$1.314,53	\$1.332,05	\$1.349,81	\$1.367,81	\$1.386,05	\$1.404,53	\$1.423,26	\$1.442,23	\$1.461,46	\$1.480,95	\$1.500,70
\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71	\$1.520,71
\$19.304,10	\$18.040,78	\$16.760,62	\$15.463,39	\$14.148,86	\$12.816,81	\$11.466,99	\$10.099,18	\$8.713,13	\$7.308,60	\$5.885,34	\$4.443,11	\$2.981,65	\$1.500,70	\$0,00