



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
ALTERNATIVA DE GRADO**

**PROPUESTA PARA CREAR UN CENTRO
MUNICIPAL DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA
VIDA ANIMAL URBANA EN CUMANA-EDO SUCRE.**

Autores:

Br. Josmarys Guzmán.

Br. Alfredo Rodríguez.

Trabajo de Curso Especial de Grado presentado como requisito parcial para
optar al título de LICENCIADO ADMINISTRACION.

CUMANÁ, FEBRERO DE 2013.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
ALTERNATIVA DE GRADO

**PROPUESTA PARA CREAR UN CENTRO
MUNICIPAL DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA
VIDA ANIMAL URBANA EN CUMANANA-EDO SUCRE.**

Autores:

Br. Josmarys Guzmán.

C.I: V-16315421

Br. Alfredo Rodríguez

C.I.: V-9901074

ACTA DE APROBACIÓN

Trabajo de grado aprobado en nombre de la Universidad de Oriente por el siguiente jurado calificador, en la ciudad de Cumaná a los 14 días del mes de Agosto del 2012:

Danny Delgado López, Ing. (MSc.)

Jurado Asesor

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
LISTAS DE CUADROS	iii
LISTAS DE GRAFICAS.....	iv
LISTAS DE FIGURAS	v
RESUMEN	vi
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I.....	7
1. GENERALIDADES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	7
1.1.El Problema de Investigación	7
1.2. Objetivos	17
1.2.1. Objetivo General	17
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	17
1.3Justificación	18
CAPITULO II.....	20
2. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.1. Generalidades de un Plan de Negocios.....	20
2.1.1. Plan de Negocios.....	21
2.1.2. Importancia del plan de Negocios	23
2.1.3. Objetivos del Plan de Negocios	25
2.1.4. Características del Plan de Negocios	27
2.1.5. Etapas Para Elaborar un Plan de Negocios	28
2.1.6 Exposición de Motivos.....	29
2.1.7 Introducción	31
2.1.8 Análisis e Investigación del Mercado:	33
2.1.9 Análisis Estratégico (Análisis FODA)	34
2.1.10 Estudio de la Competencia.....	36
2.1.11 Estrategias de la Propuesta de Negocios	39

2.1.12 Factores Críticos de Éxito	41
2.1.13 Recursos Humanos	46
2.1.14 Estrategia De Producción:	47
2.1.15 Recursos e Inversiones:	48
2.1.16 Factibilidad Técnica:	50
2.1.17 Dirección y Gerencia.....	51
2.2. Marco filosófico-antropológico.	55
2.2.1 Que se entiende por Mascotas.....	55
2.2.2 Beneficios aportados por las Mascotas	56
2.2.3 Breve evolución histórica de caninos y felinos	58
CAPITULO III.	62
3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
3.1. Diseño de Investigación	63
3.2. Nivel de la Investigación.....	65
3.3. Fuentes de Información.....	66
3.4. Población y Muestra.	67
3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	70
3.6. Técnicas de Análisis e Interpretación de los Resultados.	70
CAPITULO IV	72
4. ANÁLISIS SOBRE EL CENTRO MUNICIPAL DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA VIDA ANIMAL URBANACIUDAD DE CUMANÁ	72
4.1. Análisis de la Situación Actual de los Animales Domésticos e Indigentes en la Ciudad de Cumaná.....	72
4.2. Diagnóstico Estratégico.	83
4.3. Propuesta para crear un centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.	87
4.3.1Exposición de Motivos:.....	87
4.3.2Aspectos organizacionales de centro de atención y protección animal	88
4.3.3 Misión.....	89
4.3.4 Visión	89
4.3.5 Valores Corporativos.....	89

4.3.6 Tipo de Empresa.....	90
4.3.7 Símbolo Institucional	90
4.3.8Objetivos Específicos.	91
4.3.9Estructura Organizativa:.....	91
4.3.10 Ventajas:	92
4.3.11 Desventajas:	92
4.3.12Descripción de la Estructura Organizativa:.....	93
4.3.13 Estudio de mercado:	95
4.3.14 Estrategias Publicitarias:	95
4.3.15 Estudio Técnico.....	96
4.3.15.1Localización.....	96
4.3.15.2 Tamaño de la Empresa:	96
4.3.15.3 Servicios a ofertar:	97
4.4. Plan de concientización a la sociedad:	97
CONCLUSIONES.....	99
RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	104
HOJA DE METADATOS	105

DEDICATORIA

Dedico este trabajo y toda mi carrera universitaria a Dios, por estar a mí lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presentaron.

A mí madre por enseñarme la lucha con constancia, gracias a ella soy quien soy hoy en día. Gracias por creer en mí. Te amo mami...

A mí padre, por apoyarme incondicionalmente tanto en las buenas como en las malas y que tu gran sonrisa me certificaría que todo ha valido la pena. Te amo papi...

A mi hija por ser el tesoro más preciado que mi dios me envió para que mis días sean más felices y dichosos a su lado. Ronmar Rivas te amo...

A mi esposo Ronny Rivas por estar siempre a mi lado ayudándome en todo lo que se me ha presentado a lo largo de mi carrera. Te amo esposo.

A mis hermanos, este éxito lo comparto con ustedes, espero que les sirva de ejemplo que con esfuerzo y constancia podemos lograr lo que queramos.

A mi gran profesor Danny Delgado por apoyarme en tantas situaciones que me pasaron en mi alternativa de grado y por darme su ayuda incondicionalmente. Gracias profesor por estar conmigo y alentándome a seguir siempre hacia adelante. Te quiero mucho...

A todos, GRACIAS, Sin ustedes a mi lado no lo hubiese podido lograr mi meta.

Josmarys del valle. Guzmán H.

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios,

A mis padres, por darme la vida.

A mi hija, esposo, suegro, cuñada María y mis hermanos por el apoyo brindado durante todos estos años.

Al Prof. Danny Delgado por haberme servido de guía y por compartir sus conocimientos para la realización de este trabajo, por cada una de sus palabras, porque más que un profesor fuiste un amigo y un gran motivador. Gracias.

A los profesores de la Escuela de Administración, gracias por todos esos conocimientos brindados a lo largo de estos años de carrera.

Son muchas las personas especiales a las que quisiera AGRADECER por su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi existencia.

A todas aquellas personas que de alguna u otra manera ayudaron con la realización de este trabajo, mis más grande y sincero agradecimiento.

Josmarys del v. Guzmán H.

LISTAS DE CUADROS

CUADRO N° 1: MATRIZ FODA.....	86
-------------------------------	----

LISTAS DE GRAFICAS

GRAFICA N·1 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	73
GRAFICA N·2 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	74
GRAFICA N·3 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	75
GRAFICA N·4 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	76
GRAFICA N·5 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	77
GRAFICA N·6 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	78
GRAFICA N·7 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	79
GRAFICA N·8 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	80
GRAFICA N·9 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	81
GRAFICA N·10 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:	82

LISTAS DE FIGURAS

FIGURA N°1 DEL CENTRO MUNICIPAL DE ATENCION Y PROTECCION DE LA VIDA ANIMAL URBANA.	90
FIGURA N°2 DEL CENTRO MUNICIPAL DE ATENCION Y PROTECCION DE LA VIDA ANIMAL URBANA.	93



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
ALTERNATIVA DE GRADO

PROPUESTA DE CENTRO MUNICIPAL DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN
DE LA VIDA ANIMAL URBANA EN CUMANÁ ESTADO SUCRE.

Autores:

Br. Josmarys Guzmán.

C.I: V-16315421

Br. Alfredo Rodríguez

C.I.: V-9901074

Asesor: Prof. Danny Delgado L.

RESUMEN

El bienestar animal y la salud pública es un problema para todas las ciudades que ya no saben que hacer con tantos animales; fuente de propagación de enfermedades que sirven de vectores para la propagación de las mismas y, la contaminación ambiental. El incremento de la población y la demanda es cada vez mayor de tenencia de animales en condición de mascotas, por ende, se estudian nuevas perspectivas que faciliten la generación de servicios a dichos animales. Por ello, la presente investigación hace énfasis en la propuesta de crear un centro de atención y protección de la vida animal urbana teniendo como objetivo fundamental la prestación de servicios a dichos animales.

Este emprendimiento social es una propuesta que sirve para mejorar las condiciones de los animales que conviven en las zonas urbanas al igual para aquellas personas que tienen un nivel económico bajo y que no tienen la posibilidad de llevar sus mascotas a un centro donde le presten un servicio acorde aun costo accesible.

En tal sentido, este trabajo de investigación propone la instalación de un centro municipal de atención y protección a la vida animal en la ciudad de Cumaná, estado Sucre. Para ello, se contemplo como diseño el proyecto factible, recolectando información de libros, páginas web, trabajos realizados anteriormente, así como la aplicación de una entrevista semi-estructurada a un número significativo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales y, voluntarios que hacen vida en la ciudad de dedicados al cuidado de animales en condiciones de abandono; información que facilito la estructuración de la propuesta.

Palabras Claves: Centro de atención y protección, vida animal urbana emprendimiento social.

INTRODUCCION

*“El peor pecado que cometemos
Contra nuestros amigos los animales
No es odiarlos, sino ser indiferentes con ellos.
Esa es la esencia de lo inhumano”.*
George Bernard Shaw

Diversos estudios comprueban que la violencia social gira alrededor de un círculo, donde las primeras víctimas son los más vulnerables, es decir los animales, seguidos por los niños. Los gobiernos y las organizaciones sociales apuntan a disminuir los niveles de violencia contra los seres humanos, sin comprender que la base está en los actos de crueldad contra los animales. Es por este motivo, que una nación, está obligada a velar por los derechos de los animales y hacer justicia sobre sus agresores, al mismo tiempo que lleva acciones para disminuir los brotes de violencia social.

A su vez, es un gran problema que cada cierto tiempo aumente el número de animales domésticos abandonados por sus dueños ya que, en cualquier lugar del mundo se puede ver perros o gatos muriendo de hambre, sin hogar, con enfermedades, sucios, etc. Algunos de estos animales acaban en perreras o centros de control sanitario animal, muchos logran su adopción, otros no abandonan los centros de control de animales y mueren en la jaula, algunos son sacrificados.

Hoy día, los seres humanos no toman conciencia de los problemas que genera la salud pública, incluyendo el bienestar animal, definido éste por la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) como el término amplio que describe la manera en que los individuos se enfrentan con el medio ambiente y que incluye su sanidad, sus

percepciones, su estado anímico y otros efectos positivos o negativos que influyen sobre los mecanismos físicos y psíquicos del animal; y el maltrato animal. En el diccionario Larousse define a la crueldad como el placer o gozo que se siente haciendo sufrir o viendo sufrir. Esta última definición es más completa, describe mejor el concepto y da una idea de la razón por la cual quienes son crueles con los animales, es decir, quienes sienten maltrato animal, forma arte y parte de un problema mundial que no se detiene.

Venezuela, por supuesto, no escapa a la grave problemática de la salubridad animal, situación que, en opinión de la Ley de Protección de la Fauna Domestica Libre y en Cautiverio, en su artículo 34 dice: "La autoridad municipal ejercerá la competencia en materia de fauna domestica a través de una unidad de gestión creada para tales efectos, sin menoscabos de las competencias de otros órganos y entes del estado." El artículo 35 hace referencia "Que cada autoridad municipal creara un centro de rescate, recuperación y atención de la fauna domestica, el cual estará adscrito a la unidad de gestión publica municipal; que debe existir un ente municipal en materia de fauna domestica y contara con el personal calificado. Las funciones y estructura organizativa del centro serán establecidas en la reglamentación que se dicte al efecto que regule dichas leyes.

En Venezuela el tema se encuentra regulado en la Ley para la Protección de la Fauna Doméstica Libre y en Cautiverio (Gaceta Oficial N° 39.338, del 4 de enero de 2010). Al respecto, se plantea la discusión acerca de precisar si los animales tienen derechos o no. Conforme al Derecho venezolano, los bienes, cosas, animales y las plantas no son "sujetos de derecho"; por el contrario, son "objeto de derecho", que es muy distinto. Los animales no gozan del poderío, facultad o potestad, tanto jurídica como fáctica, para hacer valer y ejercitar "derechos", ni pueden hacerlos cumplir. En razón a ello, el derecho de obligaciones y el régimen de los derechos reales hacen posible preservar las diversas especies de animales.

En el estado Sucre, la situación no es diferente a la que presentan los otros estados de Venezuela. En la actualidad, es común observar animales indigentes y en condiciones precarias por las avenidas, calles y aceras de la ciudad, provocando focos de insalubridad, problemas en el ornato público y en algunos casos maltratos a estos animales que andan indefensos, obstaculizando el libre tránsito y, finalmente, convirtiéndose en el principal agente de enfermedades de la región.

En Cumaná, capital del estado Sucre, la realidad del tema de la salubridad animal, maltrato y bienestar es un reflejo de lo que suceden la región con respecto al abandono y la desatención de dichos animales; ya que el crecimiento poblacional y el aumento desmesurado de tenencia de animales a provocado la generación de enfermedades, considerando que si no se tiene un control y una adecuada atención a los mismos, la situación puede convertirse en un problema de proporciones mayores.

Los entes encargados de proteger y velar por la integridad de los animales son muy deficitarios ya que en el municipio no existe actualmente un organismo que regule la situación de los animales domésticos y en condiciones de indigencia, así como, vele por el cumplimiento de la ley en esta materia. Dada esta situación, dentro del conjunto de soluciones para abordar el problema del tratamiento de la salubridad y la desatención a los animales que confronta la ciudad de Cumaná, surge la propuesta de la presente investigación, orientada a la puesta en funcionamiento de una estructura capaz de prestar un servicio a un costo bajo y que accesible para las personas y la municipalidad.

Dado lo anterior, la presente investigación se oriento a proponer un modelo de emprendimiento social que permita llevar un control de atención y protección de animales, icentivando a los cuidadores y proteccionistas a la solución del problema que atraviesan los animales en condiciones de calle. La idea del emprendimiento

social está centrada en lograr que los dueños de animales tengan un lugar donde acudir cuando sus mascotas necesiten de atención salud y tratar de satisfacer las necesidades de dichos animales en la ciudad de Cumaná, coadyuvando a mejorar la situación de los habitantes que residen en la ciudad, así como atender a los animales en condiciones de indigencia

En este orden de ideas, es importante destacar que desde octubre de 1978 en la declaración universal de los derechos de los animales aprobada por la UNESCO y la ONU, se hace mención al maltrato animal, en su artículo 3 "ningún animal será sometido a malos tratos ni actos de crueldad. Si es necesaria la muerte de un animal, ésta debe ser instantánea, indolora y no generadora de angustia." La Organización Mundial de la Salud "(OIE) como el término amplio que describe la manera en que los individuos se enfrentan con el medio ambiente y que incluye su sanidad, sus percepciones, su estado anímico y otros efectos positivos o negativos que influyen sobre los mecanismos físicos y psíquicos del animal.(OIE), como el término amplio que describe la manera en que los individuos se enfrentan con el medio ambiente y que incluye su sanidad, sus percepciones, su estado anímico y otros efectos positivos o negativos que influyen sobre los mecanismos físicos y psíquicos del animal.

La capacidad de Venezuela y el estado Sucre en particular de tratara de solucionar los problemas de los animales que con lleva a una situación de salud publicarepresenta actualmente una dificultad, en función del volumen de animales que existe en Cumaná, estado Sucre, en condiciones de indigencia y maltrato. Por consiguiente, las razones expuestas con anterioridad que refieren la problemática que existe con los animales en condición de indigencia y las que sirven de mascotas, sirvieron de marco para desarrollar una propuesta orientada a la creación de un centro municipal de atención y protección a la vida animal urbana de la ciudad de Cumaná, generando una actividad con impacto social en la capital sucrense que

busca disminuir un problema de carácter social y con amplio impacto en el bienestar de los habitantes de la región..

Para desarrollar la investigación el trabajo se estructuró en cuatro capítulos que permitieron dar respuestas a los objetivos propuestos:

En el primer capítulo se describe el problema de investigación, señalando la problemática investigada, los objetivos de investigación, la justificación, entre otros.

En el segundo capítulo se describen los aspectos teóricos que sirven de marco referencial para la investigación, destacando la conceptualización del bienestar animal, entre otros aspectos como: Comportamiento del animal enfermo, Conductas que anuncian enfermedad y las leyes que rigen el manejo y disposición de la protección de la fauna doméstica libre y en cautiverio en Venezuela.

El tercer capítulo estructurado por la metodología de investigación la cual se fundamenta en el diseño de investigación, nivel de investigación, fuentes de investigación y técnicas e instrumento de recolección y procesamiento de información.

El cuarto capítulo contiene el análisis sobre el centro de atención y protección de la vida animal urbana, resaltando las fortalezas y debilidades que se observe en la actualidad en ésta materia en la ciudad de Cumaná.

El quinto capítulo contiene la propuesta de un emprendimiento social denominado: centro municipal de atención y protección a la vida animal urbana, describiendo los aspectos organizacionales, financieros, etc. Aunado a lo anterior, la sección final del capítulo se destina a la presentación de un plan de concientización propuesto para la sociedad de Cumaná, con el propósito de brindar capacitación para fomentar las bases y crear la cultura de humanización y no maltratar a los animales.

Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones que se desprenden del trabajo de investigación.

CAPITULO I.

1. GENERALIDADES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1.El Problema de Investigación

Desde hace aproximadamente veinte años recorre el mundo una tendencia de atención a las condiciones de vida y convivencia entre seres humanos y animales en los distintos escenarios o ecosistemas presentes en el planeta. Es un movimiento que motiva a reconsiderar y evaluar el equilibrio entre esta relación a la luz del marcado y acelerado desarrollo científico-tecnológico y económico de la humanidad, que ha resultado en perjuicio de la naturaleza en general y, en particular, con la extinción de especies animales.

Es así como se han hecho evidentes a nivel mundial, organizaciones no gubernamentales, algunas con una marcada influencia político-cultural, que promueven acciones a distintos niveles de la sociedad y con diferenciados niveles de intensidad orientadas a la conservación del medio ambiente y al control y gestión de animales domésticos y en condiciones de calle. Al respecto, el debate se ha desplegado en torno a la controversia del progreso y desarrollo de la civilización versus su deshumanización. La creciente explosión y expansión demográfica humana se disputa el espacio territorial con las especies vegetales y humanas.

En otro orden de ideas, resalta que el estudio sobre el emprendimiento social o empresas sociales se enmarca, en la mayoría de los casos y en términos generales, dentro del ámbito de la Economía Social y, más en particular, en la denominada Nueva Economía Social o Solidaria (Laville, 2000). Aunque las empresas sociales

son ya tradicionales y se ubican en el SigloXIX, unidas a los movimientos protagonizados por las clases populares y obreras en plena revolución industrial, de donde surgieron las primeras cooperativas de consumidores y usuarios y las cooperativas obreras, de producción o de trabajo asociado; éstas han cobrado protagonismo renovado durante las últimas décadas del Siglo XX, en especial la de los años 80, con el surgimiento de nuevas formas organizativas a iniciativa de la sociedad civil y de los propios colectivos que sufren la exclusión socio laboral.

Sin embargo, a diferencia de las formas tradicionales, la nueva Economía Social irrumpe en sectores que han surgido de los nuevos retos socio-económicos (los servicios de proximidad o servicios sociales, la responsabilidad social corporativa y protección del medioambiente, el desarrollo local y rural o la cooperación al desarrollo, entre otros) y tratan de compatibilizar el fin social por el que surgen con la eficacia y eficiencia empresarial necesarias para su subsistencia en el mercado donde compiten con las formas empresariales capitalistas.

En definitiva, y según De Pablo (2005), el emprendedurismo social es el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social.

Toda acción social de la envergadura que implica un emprendimiento presenta condiciones de desarrollo y éxito adversas en estas naciones. A lo largo de los últimos diez años, la economía venezolana ha experimentado un dinamismo, aunque acelerado, atípico a las condiciones de desarrollo que se esperan a que correspondan en concordancia con las cifras macroeconómicas registradas por los organismos

oficiales encargados de la materia, a razón, Banco Central de Venezuela y Ministerio del Poder Popular para las Finanzas.(El presidente del BCV, Gastón Parra Luzardo)

Esta condición tiene su manifestación concreta en los indicadores de cobertura de necesidades sociales básicas como lo son agua potable, energía eléctrica, aguas servidas, aseo urbano, vivienda, vialidad, etc. Todas ellas en alta demanda ante la expansión demográfica que según datos del censo elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en el año 2011, se ubica en el último decenio en un incremento del 28.946.101, lo que ha causado la no satisfacción plena de estas necesidades básicas, la mayoría de ellas categorizadas constitucionalmente como derechos fundamentales humanos de la población,(El director del Instituto Nacional de Estadística, Elías Eljuri)

Freddy Bello y María Marcano argumenta que el aumento poblacional de Venezuela es uno de los aspectos que ha inquietado tanto a los planificadores e investigadores, como a los gobernantes. Los elementos que inquietan de él, son precisamente aquellos que se derivan de su violento crecimiento y distribución en el territorio nacional. Las causas atribuidas a este crecimiento son tanto de origen biológico (crecimiento vegetativo) como de origen socio-demográfico: factores migratorios y de planificación familiar. Las variables demográficas sirven para ver como ha evolucionado en el presente siglo esta relación y proyectar cuales podrían ser sus consecuencias, como generadora de problemas de orden social, físico ambiental y económico.

De esta forma se despliega una deshumanización de las principales ciudades venezolanas, fenómeno típico en los países en condiciones de subdesarrollo, donde la relación de sus habitantes humanos con otras especies puede determinar un índice o “indicador de riesgo social”. De acuerdo a Josa Mutuberría (2009:16): “las alteraciones del vínculo animal/ser humano pueden servir como indicadores de deterioro de condiciones sociales y de detectores precoces de situaciones de riesgo.”

Existen variados estudios psico-clínicos que demuestran las relaciones existentes entre la violencia humana social en sus diversas modalidades y el maltrato a otras especies en condiciones de minusvalía. Si bien se ha determinado esta afectación de la conducta humana a nivel individual o personal, existe otro nivel de afectación de mayor interés por su magnitud social y es el referido al colectivo urbano.

Es por ello que el maltrato animal, que según Josa Mutuberría (2009:16) puede definirse como “toda aquella circunstancia de origen humano que produce una falta de bienestar en el animal, estando el bienestar animal definido por las clásicas cinco libertades”, resultaría en un indicador social de la violencia como aspecto relevante de salud pública que se muestra en diversas circunstancias.

Por una parte, como elemento de compañía existe una gran diversidad de animales que han fungido este papel al extremo de proporcionar beneficios terapéuticos a nivel psiquiátrico y psicológico, así como de asistencia ante minusvalías o discapacidades humanas. Por el contrario, el maltrato hacia los animales, de forma directa o indirecta, ésta última cuando inclusive por indiferencia ante el sufrimiento animal no se actúa para restaurar las condiciones de bienestar, se transforma en agentes reproductores de conducta violenta.

Según Josa Mutuberría "El esfuerzo organizado de la comunidad dirigido a proteger, fomentar y promocionar el bienestar de la población cuando está sana, y a restaurar su salud cuando se pierde.", es una de las definiciones más aceptadas de lo que se podría considerar como Salud Pública. La violencia en sus diversas facetas, ya sea de género, doméstica, hacia las personas dependientes, en la escuela u otros entornos públicos, es un hecho social que si bien siempre ha existido, actualmente ha adquirido una significativa importancia social y se considera que la prevención de la misma debe formar parte de la promoción de la salud en la comunidad.

"Los animales de compañía están íntimamente relacionados con el contexto socioeconómico-cultural de las diferentes comunidades, asegura Albino Belotto, jefe del programa de Salud Pública Veterinaria de la Organización Panamericana de la salud (OPS). Por ejemplo, hay gente que deja sueltos a sus perros en la vía pública porque culturalmente cree que es necesario para la vida del animal. Otras personas lo hacen porque sus hogares son pequeños y no hay espacio para las mascotas. El resultado es un gran número de animales sueltos y un descontrol reproductivo".

En comparación con las condiciones de vida de la población humana en las urbes venezolanas, la de la población animal pasa a un segundo plano, subordinadas a los problemas de las condiciones básicas de los humanos. Principalmente, por consideraciones de orden presupuestario y la desconsideración de la vida animal y sus derechos fundamentales.

Si bien la relación humano-animal en las urbes no puede considerarse biológicamente simbiótica, en lo psicológico si existe una relación de influencia que puede ser tanto positiva como negativa favor o en contra de los seres humanos. En el orden afectivo se ha demostrado una estrecha relación entre el maltrato hacia los animales, sobre todo domésticos, y los niveles de violencia y agresividad social de los seres humanos.

Además, el problema multifactorial de las condiciones de abandono y maltrato de la vida animal en las urbes constituye un potencial de insalubridad y zoonosis pública. La problemática de la crueldad extrema hacia la fauna, es una esquiva realidad, que por desgracia, se ha refugiado de quienes están obligados a conocer todos sus principios: la sociedad. Niños, jóvenes y adultos sin discriminante alguna, deben de acatar responsabilidades en lo referente a la lucha diaria por defender, denunciar y respetar la integridad de los animales. Para ello, se requiere un previo reconocimiento de los individuos hacia la presencia de estos ejemplares, como seres

vivos que dentro de su mundo, tocan a diario nuestra puerta, buscando abiertamente la forma y el fondo de su interacción con el Hombre.

No obstante, para llegar a escuchar el timbre ecológico, es vital crear una conciencia social en la gente. Eso se logra dejando atrás la complicidad y la negación de estos problemas. Todos conocen casos de crueldad animal, ya sea: en la casa de los vecinos, frente a una tienda, a las afueras de un estacionamiento vehicular, en una plaza o parque, e incluso, hasta en nuestro hogar, se podría estar presentando el abuso a una mascota. Para erradicar esta clase de crimen, es necesario investigar y vociferar públicamente: las reglas, códigos y estatutos que rigen las atribuciones de los animales, tanto en estado silvestre, como en áreas protegidas, zonas de cautiverio o en recintos familiares. La razón de crear una ley, es para que se remita como un instrumento legal dentro de la sociedad organizada y, por ende, tipificar y aplicar los correctivos a las personas que infrinjan sus disposiciones.

Saber que en México, más del 65% de los animales, viven en estado de maltrato, sea por negligencia, vejación, abandono o por el lucro. En las calles de Beijing en China, se venden animales vivos (peces, insectos, mascotas), como llaveros decorativos para el disfrute de la gente. En España, la mayoría de los zoológicos dan fe de los atropellos a la fauna, esclavizándoles en jaulas, sin áreas de esparcimiento y sin respetar sus necesidades principales de vida.

Son realidades que muchos intentan soslayar La naturaleza del ser humano, nos hace analizar las razones socio-culturales que llevan a tal atrocidad. Quizás sería forzar una mirada dentro de nosotros mismos o acorrallar: el respeto, la tolerancia y la aceptación de la biodiversidad que yace en la Tierra. De allí, que la legislación pública a nivel global, tiene un rol fundamental al momento de permitir o recriminar tales delitos ecológicos.

En Venezuela, existe la Ley para la Protección de la Fauna Doméstica Libre y en Cautiverio, aprobada por la Asamblea Nacional y publicada en el año 2010, y que se exhibe como un instrumento jurídico, por demás realista, tanto en el contenido teórico como en el accionar legal, para establecer los derechos de los animales y las responsabilidades del actor. Los delitos de crueldad animal, se tipifican según el grado de infracción, que van de leves, a graves y, muy graves. Las multas se pagan acorde a una cifra de unidades tributarias. Los responsables del crimen, sea una persona natural, un show circense, una granja de contacto, parques de recreación, o cualquier otra forma de tenencia animal, podrían enfrentar juicios penales, que abarcan la privación de libertad, el despojo de la especie maltratada y la no posibilidad de adoptar animales en un futuro.

Básicamente, se busca proteger, controlar y conllevar al bienestar de la fauna. De allí, que el artículo 18, hace referencia a la necesidad de que los animales, se hallen en un lugar profiláctico, libre de riesgos a su integridad humana. A su vez, el artículo 21, trata sobre el registro legal de la mascota, por parte del propietario. Mientras que el artículo 66, especifica que el maltrato, implica la causa que infunda dolor en el animal, el uso de la especie a trabajos forzosos que lo pongan en peligro, la falta de controles veterinarios y el reincidir en delitos previamente tipificados por la ley.

Po tales razones, el artículo 74, pretende no sólo sancionar el delito animal, sino evitar el sufrir de la especie y el intento de reformar al infractor. Acorde a la situación, se podría sacrificar al animal, para acabar con el estado de agonía o agresividad que presente. El propietario, tendría que realizar trabajos comunitarios como mecanismo de reinserción social. Lo cierto, es que el sustento físico no siempre es suficiente para evitar la impunidad de los delitos, y más aún, en lo relacionado a la crueldad animal, pues las reglas del juego, tienden a desconocerse tanto por la gente como por los organismos que les compete hacerlas cumplir.

Esta problemática se ve acentuada, además que por su multifactorialidad, latente en condición de salubridad pública, misma que se ve amenazada por las condiciones de presencia de la vida animal en las ciudades que se presentan proclives a zoonosis. Desde las más elementales relacionadas con las deyecciones lesiones directas productos del contacto con este tipo de fauna, hasta las más complejas enfermedades de transmisión a los seres humanos. Aún cuando existe una legislación vigente y recientemente actualizada y adecuada a la realidad internacional en la materia, su implementación y supervisión dista mucho de ser una realidad.

Dadas las razones esgrimidas anteriormente, el abordaje de esta investigación implica evidentemente la implementación de salud veterinaria en el Estado las cuales no son suficientes y sobre todo oportunas, por lo que éstos deben ser asumidos por los entusiastas de la iniciativa. De esta forma, esta actividad de carácter y orden social tiene como principal reto el financiamiento y sus distintas formas de gestión. Para lo cual se debe diseñar estrategias y técnicas de diligencia de los recursos económicos necesarios para el logro de los objetivos.

El desarrollo de un modelo organizacional sustentable que se apoye en conceptos y valores de responsabilidad social, voluntariado y altruismo, sin descargar de sus responsabilidades al Estado, se presenta como una propuesta organizacional fundamental de ejecución, aplicación e impulso a la normativa legal en la materia de derechos de los animales. Incorporando a los ciudadanos y al Estado por medio del interés común por la salud pública.

Por consiguiente, para responder al problema del maltrato y abandono animal se tratara de solucionar la problemática que confronta la ciudad de Cumaná, a través de un proyecto factible a ser instalado para la atención y protección de la vida animal urbana que permita el aprovechamiento de estos servicios, proponiendo una forma de organización encargada de las actividades de atención a la salud de los animales.

Con esta propuesta se busca, además de minimizar o revertir el problema de los animales en condición de calle y poder llevar un control sanitario, ayudara mejorar la situación de los habitantes de la ciudad objeto de estudio. La idea esta encaminada principalmente en solucionar en gran medida el problema de la salud publica ya que los animales intervienen en ella, sirviendo de vectores de enfermedades, el objetivo es de crear conciencia en salud animal.

Por lo tanto, la presente investigación se orienta al diseño de un emprendimiento social que facilite el servicio de un centro municipal con miras a prestar un servicio de calidad y que pueda ser accesible a los dueños de mascotas. Mejorando sensiblemente la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Cumaná y contribuyendo de manera responsable a mejorar el ambiente, generando confiabilidad e incentivando la sociedad.

Por ello, para responder al propósito de la presente investigación el cual se orienta al diseño de un proyecto factible para la propuesta de un centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana, se buscó responder a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué modelo de emprendimiento social se requiere para la instalación de un centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana en la Ciudad de Cumaná, estado Sucre?
- ¿Cuál es la situación actual de animales domésticos y en condiciones de indigencia en la ciudad de Cumaná?
- ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana en la ciudad de Cumaná, estado Sucre?

- ¿Qué requerimientos en términos legales son requeridos para la instalación del centro municipal de atención y protección a la vida animal urbana en Cumaná, estado Sucre?
- ¿Cuál será la forma de organización para el centro de atención y protección de la vida animal urbana a proponerse?
- ¿Qué servicios serán ofertados por el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana propuesto?
- ¿Cuál será el mercado para ofrecer los servicios del centro municipal de atención y protección de la vida animal propuesta?
- ¿Qué estrategias serán necesarias para promocionar el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana propuesto?
- ¿Qué precios tendrán los servicios del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana propuesta?
- ¿Cuál es la factibilidad financiera del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana propuesta para la ciudad de Cumana, estado Sucre?
- ¿Qué acciones se requieren para concientizar los habitantes de la ciudad de Cumaná para el manejo y trato adecuado de la vida animal urbana?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Proponerle diseño de un centro de atención y protección a la vida animal en Cumaná, estado Sucre.

1.2.2. Objetivos Específicos:

- Analizar la situación actual de animales domésticos y en condiciones de indigencia en la ciudad de Cumaná.
- Realizar un diagnóstico estratégico del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana en la ciudad de Cumaná.
- Describir la forma de organización para el centro de atención y protección de la vida animal urbana a proponerse.
- Señalar las estrategias que serán necesarias para promocionar el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.
- Describir el mercado para los servicios a ser ofertados por el centro municipal de atención y protección de la vida animal propuesta.
- Señalar las estrategias necesarias para promocionar el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.

- Determinar los precios de los servicios del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.
- Determinar la factibilidad financiera del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana propuesta para la ciudad de Cumaná.
- Proponer un plan de concientización para mejorar el desarrollo de la vida animal domestica en la ciudad de Cumaná.

1.3Justificación

Dentro de las razones que justifican la presente investigación destacan las siguientes:

- La escogencia de este tema se debe a la preocupación latente por el crecimiento del maltrato animaldomestico y en condiciones de indigencia en las ciudades, situación que se convierte en problema de salud pública, afectando el equilibrio del ecosistema urbano.
- La preocupación por ofertar alternativas orientadas a mejorar la calidad de vida de los animales domésticos e indigentes a través de un organismo que garantice acceso al control y tratamiento de afecciones de los animales, mediante servicios accesibles a todos los estratos sociales.

- Lograr en cooperación con los entes del Estado, el cumplimiento de la legislación venezolana, sirviendo como organismo que coadyuve en su cumplimiento.
- Proponer mecanismos que faciliten sensibilizar a las personas para que disminuye el maltrato animal y las condiciones de indigencia animal en la ciudad de Cumaná, contribuyendo a la mejora del ornato publico y la disminución de focos de de enfermedades infectocontagiosas.
- Servir como material de consulta teórico aplicado para personas interesadas en el área objeto de la presente investigación, tales como: investigadores, docentes, profesionales y estudiantes.

CAPITULO II.

2. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Generalidades de un Plan de Negocios.

La opción de crear una empresa está cada vez más valorada por el colectivo, especialmente por los emprendedores que ven esta alternativa como una buena oportunidad para abrirse paso en el mundo laboral y empresarial. Sin embargo, es valido destacar que sacar adelante un negocio propio no es tan fácil como puede parecer. Conseguir que la idea inicial se transforme en una empresa con éxito supone seguir una serie de pasos que ayudarán al emprendedor en este nuevo camino.

Dejando al margen la necesidad de tener una buena idea y de ser una persona con las actitudes necesarias para llevar a cabo una iniciativa empresarial, el primer paso en este intenso itinerario es la elaboración de un plan de empresa o plan de negocio.

El plan de negocio consiste en llevar al papel distintos aspectos de la empresa. Se trata de un documento donde se analiza una oportunidad de negocio, viendo si es viable, no sólo financieramente, sino, también, económica y técnicamente. Además, el plan sirve como tarjeta de presentación ante posibles socios o inversores.

En definitiva, se trata de un documento de esencial importancia a la hora de realizar un proyecto empresarial propio. Los apartados de mayor relevancia que componen un buen plan de negocio son: la presentación, el estudio de mercado, el plan de marketing, el plan de organización y el plan de viabilidad económica y financiera.

En este sentido, algunos autores señalan que un "Plan de Negocios" debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia, y de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado con un producto y/o servicio, una estrategia, y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera de la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente.

2.1.1. Plan de Negocios

El plan de negocios es una herramienta de trabajo fundamental para el emprendedor y/o empresario, reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha, ya que durante su preparación evalúa la factibilidad de la idea, busca alternativas y proponen cursos de acción; una vez concluido se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en funcionamiento.

También llamado plan comercial de la empresa, es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En él se expone el propósito general de una empresa, incluyendo temas como el modelo de negocio, el organigrama de la organización, la fuente de inversiones iniciales, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa y su plan de salida.

Generalmente, se considera que un plan de negocio es un documento vivo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Un plan de negocio razonable,

que justifique las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para conseguir financiación y socios capitalistas. (wikipedia.com, 2009).

El plan de negocios es formulado por emprendedores cuando tienen la intención de iniciar un negocio o por empresarios e inversionistas cuando desean llevar a cabo un proyecto de inversión; es utilizado internamente para la administración y planificación, y además, es usado para convencer a terceros, tales como: bancos o posibles inversores, de aportar dinero a la propuesta de negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá, junta la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario, intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Finalmente, se puede afirmar que el plan de negocios recorre todos los aspectos de un proyecto. Los capítulos que se desarrollarán en el dossier incluyen: resumen ejecutivo, introducción, análisis e investigación de mercado, análisis FODA, estudio de la competencia, estrategia, factores críticos de éxito, plan de marketing, recursos humanos, tecnología de producción, recursos e inversiones, factibilidad técnica, factibilidad económica, factibilidad financiera, análisis sensitivo, dirección y gerencia, conclusiones y anexos.

2.1.2. Importancia del plan de Negocios

La mayoría de los empresarios no le dan la importancia que tienen los planes en la fase inicial de un negocio, pero es trascendente no pasarla por alto si se quiere tener éxito. Por lo común, los planes aplicados durante la etapa inicial determinan el fracaso o el éxito. Es una oportunidad muy valiosa para elaborar un análisis tranquilo del modo en que se piensa administrar y operar y como cumplir con el plan maestro relacionado con la misión de la empresa.

Planear puede significar el éxito y la tranquilidad de los empresarios. Hay que ser fanáticos de la planeación precisamente porque nadie puede anticiparse a todas las posibles contingencias que se presenten. La curva de aprendizaje puede ser mucho más costosa, complicada y dolorosa si no se tiene un plan de negocios bien concebido. Es por ello, que el plan tiene especial importancia en el diseño y expresión de la propuesta ya que:

- El Plan de Empresa es una herramienta de diseño. Esto significa que a través del Plan de Negocios el emprendedor va dando "forma mental" a su empresa antes de darle "forma real". En lugar de tener todo en la mente, los detalles, las ideas y los números empiezan a tomar forma en un documento escrito.
- En el Plan de Negocios se pueden hacer supuestos, simulaciones, etc., que en la realidad serían bastante "caros" de comprobar. Es mucho más barato equivocarse en el Plan de Empresa que equivocarse en la realidad. Sobre todo cuando la mayoría de los emprendedores solo disponen de recursos necesarios para una sola puesta en marcha y a veces ni siquiera eso. Hay que asegurar al mínimo el riesgo de la apuesta.

- El Plan de Empresa es también una herramienta de reflexión. Cuando ya se ha empezado a desarrollar el proyecto, incluso en las primeras semanas, la realidad se presenta con toda su crudeza. Aparecen cosas que no se habían previsto, se descubren aspectos del negocio que no se conocían, entre otras. Disponer de un Plan de Empresa ayuda a reflexionar sobre el impacto de estas novedades en el negocio.
- Como en el plan se expresan las previsiones de como debe evolucionar el negocio, a los pocos meses, se puede ver como varía la realidad sobre lo previsto, analizar las posibles causas y, si conviene, tomar las decisiones oportunas. Además, ya antes de emprender la aventura, el promotor del proyecto habrá tenido que justificar con bastante detalle de dónde van a salir esos millones en ventas, en qué se va a gastar el presupuesto disponible, y sobre todo, por qué va a ser rentable la empresa.
- El Plan de Empresa es una herramienta de comunicación. No todos los emprendedores empiezan solos. Por las razones que sean, muchos emprendedores empiezan su proyecto con otros socios. La psicología hace mucho tiempo que descubrió que varias personas pueden estar hablando horas, alrededor de una mesa, sobre un mismo proyecto y acabar entendiendo cada una de ellas una cosa distinta.
- El Plan de Empresa sirve para poner por escrito, se supone que claramente, los distintos aspectos del negocio y discutirlos en forma objetiva y despersonalizada. También es muy útil para poner sobre la mesa temas difíciles de abordar directamente, por ejemplo quién asume qué responsabilidades, cuánto va a cobrar cada uno, etc. El Plan de Empresa

puede representar incluso el compromiso que adquiere cada socio o socia respecto de los demás. Evidentemente, que luego cada uno se tome en serio o no lo discutido es otro tema muy distinto.

- El Plan de Empresa es una herramienta de marketing. Como sucede muchas veces, no se dispone de todos los recursos necesarios para empezar su aventura. Debe buscar financiación externa y ayudas públicas o privadas.
- En la mayoría de los casos, el Plan de Empresa es lo permite mostrar a los inversores externos cual es la idea a desarrollar. Incluso aún si se dispone de un prototipo de ese fantástico producto que se piensa comercializar, los inversores profesionales va a pedir más información sobre el negocio. De hecho tendrá mucha curiosidad por ver como los promotores van a resolver, precisamente, todos los aspectos del negocio no relacionados con el producto (es decir: marketing, financiación, etc.).
- Un Plan de Empresa coherente y "profesional" demuestra que el emprendedor se toma el asunto en serio y que esta capacitado para llevar adelante el proyecto. También, demuestra que el equipo fundador está equilibrado y controla todos los aspectos fundamentales de una empresa.

2.1.3. Objetivos del Plan de Negocios

El plan de negocios tiene como objetivo ayudar a alcanzar un conocimiento amplio y preciso de la empresa o la actividad que se pretende llevar a cabo. Al mismo tiempo, busca encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera, obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

Como se menciona con anterioridad, el plan es una propuesta que nace de una idea que pretende materializarse, la misma deberá estar plasmada por escrito y contar con una estructura organizacional previamente establecida, los recursos humanos con los que dispondrá la organización, así como las metas a ser alcanzadas, factores críticos de éxito y un conjunto de pautas estructuradas que le dan forma y contexto a la idea de negocio.

En este orden de ideas, los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios según Terragno (2007), son:

- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.
- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha.
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos.
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- Valuar una empresa para su fusión o venta.

- Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o negocio.

Por lo tanto, el objetivo del plan de negocios es disponer de un instrumento atractivo que permita cautivar a futuros socios e inversionistas para lograr el capital que permita la puesta en marcha de la idea del emprendedor, así como disponer de la información pormenorizada que revele estructuralmente la propuesta, expresando cualitativa y cuantitativamente las bondades del proyecto así como su factibilidad técnica, operativa y financiera, tanto para los emprendedores como inversionistas o entes financiadores.

2.1.4. Características del Plan de Negocios

Las características más resaltantes del plan de negocios contemplan:

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.

- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

2.1.5. Etapas Para Elaborar un Plan de Negocios

El plan de negocio es, principalmente, un documento escrito. El uso de los procesadores de texto y las hojas de cálculo son ya herramientas sine qua non. Si bien se podría imaginar otros formatos para un plan lo mejor es concentrarse inicialmente en el contenido del mismo más que en la forma. Este va dirigido, principalmente, al propio emprendedor. Un simple documento con un formato tan sencillo puede ser apropiado. Cuando llegue el momento de presentar el proyecto a terceros ya se buscará maneras de hacerlo más atractivo.

Como se menciono anteriormente, una de las utilidades que a veces tiene el plan de negocio es poder mostrarlo a terceros. Cuando esto sea necesario, puede ser conveniente ayudarse de maquetas, prototipo del producto/s, presentaciones multimedia, videos, etc. Sin embargo, no hay que caer en el error de tratar desde el primer momento de "entregar un buen trabajo con una presentación impecable". El plan de negocio debe ser un documento de uso interno. Luego se puede adaptar para presentarlo a terceros.

Por lo tanto, para elaborar un plan de negocios se requiere recorrer todos los aspectos estructurales que contempla un proyecto. Los capítulos que se desarrollarán en el dossier deben incluir: una exposición de motivos o

resumen ejecutivo, introducción, análisis e investigación de mercado, análisis estratégico (FODA), estudio de la competencia y estrategias, factores críticos de éxito, plan de mercadeo, recursos humanos, tecnología de producción, recursos e inversiones, factibilidad técnica, factibilidad económica, factibilidad financiera, análisis sensitivo, dirección y gerencia, conclusiones y anexos.

El Plan de Negocios debe contener toda la información necesaria para intentar garantizar un desarrollo correcto y completo del negocio. Los estudiosos del tema han llegado más o menos a un consenso sobre que aspectos del negocio deben discutirse en el plan. Por ello, la mayoría de los planes de negocios contienen las siguientes secciones:

2.1.6 Exposición de Motivos

Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación.

La exposición de motivos o también conocido como “Resumen Ejecutivo”, es lo primero que lee el receptor del proyecto, y quizás, por falta de tiempo, lo único. En esta sección del proyecto se describe en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores críticos de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales. Si bien se ubica al comienzo del plan, es conveniente realizarle al final, una vez desarrolladas todas las secciones, partes y etapas que comprenderá el diseño del plan de negocios; después de haber analizado todos los puntos del plan. Su extensión es clave y se recomienda no extenderse por más de dos páginas, de ser posible contemplarla en una sola página, dado que esta sirve para expresar un resumen detallado y pormenorizado de la idea de negocio, pero de forma clara, breve y concisa.

El objetivo de este resumen es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación.

Dado lo anterior, esta parte del Plan de Negocios, sólo puede ser preparada cuando finalice la elaboración del mismo, tal y como se menciono anteriormente, y debe ser colocada al principio del documento; es decir, antes de la descripción del Plan de Negocios, e inmediatamente después de la carátula. Ello se debe a que este Resumen, con una extensión no mayor a las 2 páginas tiene como propósito atraer la atención del lector, mediante una síntesis descriptiva, en la que usted destaca lo que considera importante para conseguir ese objetivo. El sumario ejecutivo debe contener:

- La descripción de la empresa o proyecto y la proyección de sus productos y servicios.
- La estructura organizativa, los propietarios y la gerencia de la empresa.
- Sus principales iniciativas y objetivos.
- Las oportunidades de mercado.
- Las principales ventajas competitivas.
- Los componentes de su estrategia de comercialización.
- Las principales proyecciones económicas y financieras.

2.1.7 Introducción

La introducción se realiza con la finalidad de ofrecer en el plan de negocios una idea general de lo que se pretende desarrollar, haciendo énfasis en su importancia. En este se presenta una descripción general del proyecto y su contenido, se hace una reseña del contexto en el cual se ubica la idea de negocio y su contexto.

Se considera importante señalar el propósito de la idea de negocio, así como su viabilidad y su trascendencia social, su implicación práctica, lo novedoso, así como también otra razón que haga merecedor de ser puesto en marcha.

Por lo tanto, antes de comenzar el desarrollo se debe contextualizar el plan, describiendo en la introducción a qué se dedica o dedicará la empresa y las características del plan de negocios:

- Descripción de la empresa:
 - Antecedentes de la empresa y antigüedad
 - Acta constitutiva, reformas estatutarias y apoderados legales,
 - Detalles de la historia, evolución y actividades sobresalientes.
 - Información general de los accionistas y del consejo de administración.
 - Datos relevantes sobre la administración.
 - Consejeros y asesores de la empresa.

- Estructura del capital legal.
 - Fortalezas y debilidades en lo general.
- ✓ Cuando la empresa va a iniciar operaciones, como antecedente debe incluirse lo siguiente:
- El potencial del nuevo proyecto.
 - El resultado del estudio de factibilidad.
 - La conveniencia de invertir en el negocio (rentabilidad).
 - La forma de llevarlo a cabo.
 - Análisis del sector al que ingresará la empresa.
 - Plan general de introducción de la empresa al mercado.
- Cuál es el negocio que se desarrollará.
 - Quiénes realizan la presentación del plan y para qué.
 - Si se trata de una empresa en marcha, cuál es su misión, visión y su trayectoria.
 - Misión: La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quien lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general.

La misión debe ser precisa, amplia, motivadora y convincente, ya que es la base para que todas las acciones del personal avancen hacia la misma dirección.

- **Objetivos:** Deben mencionarse, en su conjunto, los objetivos generales a corto, mediano y largo plazos de la empresa, así como los objetivos específicos y las metas con relación a los siguientes conceptos: Ventas, Compras, Finanzas, Inventarios, Personal, Producción, Utilidades, Crecimiento, Ubicación e instalaciones, entre otros.

- Cuál es la fecha de presentación y si existe un plazo para la aprobación del plan.

- Cuál es el enfoque con que se preparó el plan.

2.1.8 Análisis e Investigación del Mercado:

Pocos errores son tan graves como lanzar un producto o servicio sin conocer en profundidad el mercado.

La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). El plan de negocios refleja algunos sucesos históricos (trayectoria de la empresa, del mercado, del consumo, etc.), pero fundamentalmente describe situaciones posibles en el futuro. En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los

consumidores, qué precios están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

Si bien no en todos los casos es imprescindible contratar una investigación de mercado externa, debe buscarse información sobre la demanda que responda estas preguntas, sustentando la propuesta del plan de negocios. Fuentes como revistas y diarios especializados, cámaras empresariales, internet, consultores o personas que ya están en el mercado pueden aportar información valiosa.

2.1.9 Análisis Estratégico (Análisis FODA)

Es una herramienta estratégica que se utiliza para conocer la situación presente de una empresa. Es una estructura conceptual que identifica las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente externo y las fortalezas y debilidades internas de la organización.

El propósito fundamental de este análisis es potenciar las fortalezas de la organización para:

- Aprovechar oportunidades.
- Contrarrestar amenazas.
- debilidades.

Las amenazas y oportunidades se identifican en el exterior de la organización, en su contexto. Esto implica analizar:

- Los principales competidores y la posición competitiva que ocupa la empresa entre ellos.
- Las tendencias del mercado.
- El impacto de la globalización, los competidores internacionales que ingresan al mercado local y las importaciones y exportaciones.
- Los factores macroeconómicos sociales, gubernamentales, legales y tecnológicos que afectan al sector.

Las fortalezas y debilidades se identifican en la estructura interna de la organización. Deben evaluarse:

- Calidad y cantidad de los recursos con que cuenta la empresa.
- Eficiencia e innovación en las acciones y los procedimientos.
- Capacidad de satisfacer al cliente.

El plan de negocio recorre todos los aspectos de un proyecto, resume las variables, productos y/o servicios, producción, comercialización, recursos humanos, finanzas, costos y resultados, capturando así la atención del lector y facilitando la comprensión de la información que este plan contiene. Por ello, se debe prestar especial atención a su redacción y presentación. Con este se permite el análisis de la situación existente en el mercado, cuales son las necesidades insatisfechas, el potencial que busca los consumidores y cuanto están dispuestos a pagar por estos productos y/o servicios. También es fundamental un análisis de fortalezas y

debilidades, de las amenazas y oportunidades que se presenten en el entorno con la finalidad de lograr una comprensión general de la situación que permita generar estrategias orientadas a permitir el éxito de la idea de negocio dentro del contexto de análisis.

2.1.10 Estudio de la Competencia

En el plan de negocio es necesario analizar si es factible el poner en marcha el negocio propuesto, determinar si este va a ser fructífero y hacer uso de las herramientas necesarias para crear algo diferente con el fin de dejar a un lado a la competencia, también se deberá estudiar cada uno de los competidores existentes en el mercado incluyendo precio, estructuras, costo, tendencias, entre otras y absorber las ventajas de cada uno de estos, y de esa manera convertirse en competidores fuertes en el futuro.

Dado lo anterior, requiere especial importancia en esta sección del plan de negocios preguntarse lo siguiente:

- ¿Hay lugar en el mercado para el negocio propuesto?

- ¿Cuál es la mejor manera de ocuparlo?

- En el caso de una empresa que ya está en marcha; ¿Hay futuro para el negocio con la estrategia y la oferta actual o habría que pensar en algo diferente?

Estas son las preguntas que deberían ser contestadas en la sección del plan de negocios que analiza a la competencia. Para ello, se hace necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son (y cuántos podrían convertirse en competidores en el futuro) y cuáles son las ventajas competitivas de cada uno de ellos.

Los competidores se agrupan en las siguientes categorías:

- Competidores directos: ofrecen los mismos productos o servicios en el mismo ámbito geográfico.
- Competidores indirectos: ofrecen productos o servicios que por sus características pueden sustituir a los propios.
- Competidores potenciales: hoy no ofrecen productos o servicios similares en el mismo ámbito geográfico, pero, por su naturaleza, podrán ofrecerlos en el futuro. Aquí es fundamental tener en cuenta que no se trata sólo de empresas locales que podrían llegar a ofrecer un producto similar, sino también de empresas extranjeras que ya lo hacen en otros países y que podrían ingresar al mercado local.

El plan de negocios debería incluir un benchmarking de la competencia; es decir, una planilla con los competidores más importantes, cada uno de ellos con una evaluación en aspectos claves, tales como:

- Marca
- Descripción de producto/servicio
- Precios
- Estructura
- Procesos
- Recursos humanos
- Costos
- Tecnología

- Imagen
- Proveedores

De acuerdo con la evaluación que se realice, se determina si es factible convivir con la competencia, o por el contrario, si es necesario neutralizarla o si algún competidor puede transformarse en socio a través de fusión o “jointventures” o alianzas estratégicas.

La variable competencia es una de las menos controlables y una de las más influyentes en el desarrollo del negocio. Para contemplar diferentes escenarios, pueden elaborarse planes de contingencia. Sin embargo, dado que la cantidad de escenarios posibles es infinita, ningún plan de contingencias será capaz de contemplar todas las reacciones y estrategias de la competencia. Por ello, el plan de negocios no debe ser estático sino que debe utilizarse para monitorear la realidad y debe modificarse a la par de los cambios del mundo.

Es importante destacar, que en esta sección del plan de negocios resulta de elevada importancia describir los participantes del sector, en términos generales, los tipos de empresas que compiten en el sector objeto de su propuesta de negocio. Para ello, debe contemplar la localización, cuál es la diversidad de sus productos y líneas de servicios, si sabe cuántas hay o las más importantes, de qué tamaño son en ventas o producción y cómo son sus sistemas de distribución.

De igual manera, es tarea del emprendedor tener claro que lo único constante en un negocio es el cambio. Estos factores y variables de cambio que repercuten en el éxito y consolidación de un negocio deben prestárseles especial atención, lo que sugiere dedicar en esta sección del Plan una explicación detallada de cuáles son las tendencias dominantes de la actividad o ramo de la idea de negocio. Estas tendencias

podían incluir cambios en tecnología, productos, moda, mercados, regulaciones o condiciones económicas. Así mismo, se debe señalar cuáles de esas tendencias afectarán a la propuesta de negocio, es decir, a la empresa en los próximos años. De ser posible, contemplar los productos o servicios que tienen las mayores oportunidades de crecimiento en los próximos años y por qué, y para cuáles se puede esperar una declinación en las ventas.

2.1.11 Estrategias de la Propuesta de Negocios

Esta sección del plan de negocios es breve (puede ocupar una sola página) pero imprescindible para que el destinatario comprenda el encuadre general del negocio.

La estrategia es necesaria para marcar el rumbo de la empresa. Aun cuando las condiciones del mercado cambien, la empresa sabrá cómo proceder si tiene una estrategia bien definida.

Basándose en los objetivos delineados en las secciones anteriores del plan, a los recursos y a los estudios del mercado y de la competencia, puede definirse una estrategia que sea la más adecuada para el negocio en cuestión.

A través de las estrategias las empresas sabrán como actuar en caso de que las condiciones de mercado cambien, allí se deberá hacer uso de las herramientas necesarias para aplicar las estrategias más adecuadas.

Existen algunas herramientas básicas para el análisis estratégico. La más utilizada es la matriz de estrategias genéricas de Michael Porter. Según este análisis, toda empresa deberá optar entre tres estrategias posibles:

- **Liderazgo en costos:** Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos. La ventaja en costos puede ser reflejada en precios más bajos o puede ser aprovechada para reinvertir el ingreso adicional en el negocio. Consiste en ser competitivos en cuanto a los costos, reflejando éstos con precios bajos e invertir los ingresos adicionales en el negocio.

- **Diferenciación:** Esta es la estrategia más usual cuando se presenta la necesidad de diversificar la oferta de productos o servicios. Consiste en crear un valor sobre el producto ofrecido para que éste sea percibido en el mercado como único. Puede tratarse de diseño, imagen de marca, tecnología, servicio al cliente.

- Esta consiste en darle una imagen al producto ofrecido para que una vez este se encuentre en el mercado sea algo exclusivo o único y pueda marcar la diferencia.

- **Enfoque:** En la actualidad, ésta es la estrategia más frecuente para la creación de nuevos negocios. Reconoce que hay una gran cantidad de oportunidades en el mercado para una oferta de productos y servicios especializada. El desarrollo de una estrategia de foco implica la identificación de un nicho de mercado que aún no ha sido explotado.

Este tipo de estrategia se emplea para crear nuevos negocios, se reconoce que existe gran variedad de oportunidades en el mercado para ofertar un producto y de esa manera permite cubrir esa área del mercado que aun no ha sido explotada.

2.1.12 Factores Críticos de Éxito

Si bien un negocio es el resultado de una infinidad de variables, siempre pueden identificarse algunos factores que, por el tipo de emprendimiento o por características particulares del mercado, determinarán que el negocio funcione.

Al incluir los factores críticos de éxito en el plan de negocios, se le está diciendo al destinatario: si esto se cumple, el éxito está garantizado. A lo largo de las secciones siguientes, el plan de negocios se ocupará de especificar de qué manera operar para que efectivamente se cumplan esos factores críticos.

Los potenciales inversores, prestamistas o socios están interesados en conocer indicadores que les permitan evaluar el desarrollo del negocio una vez en marcha.

En esta sección es importante incluir un listado y una descripción de no más de diez (10) factores críticos de éxito, y un indicador que permita la medición de cada uno de ellos.

Una vez considerados los factores críticos de éxito en el plan de negocio como lo son recurso humano, costos, promedio de insumo, entre otros, estos a lograr enlazarse y garantizarán el éxito de la propuesta de negocio.

Al respecto, Terragno (2007), señala que según el tipo de negocios, algunos de los factores críticos de éxito son:

- **Ventas:**
 - costo promedio de insumos

- recursos humanos
- tasa de penetración
- tasa de retención de clientes
- tasa de errores de producción
- productividad del personal
- plazo de entrega
- cantidad de devoluciones
- logística
- imagen

Plan de marketing:

Es la instrumentación de la estrategia de marketing. Sólo tiene sentido si previamente han sido definidos el posicionamiento de la empresa y el target al que apunta.

Una vez explicitadas las decisiones estratégicas, el plan de marketing debe producir respuestas convincentes a cuatro preguntas fundamentales:

- Producto/servicio: ¿Cuáles son los beneficios que la empresa o el producto/servicio generará para los potenciales clientes?
- Precio: ¿A qué precio se va a ofrecer el producto/servicio y cuánto influye el precio en la decisión de compra de los potenciales clientes?
- Distribución: ¿Cómo y en qué lugar se va a vender el producto/servicio?

- Comunicación: ¿De qué manera se va a comunicar el producto/servicio de modo tal que los clientes potenciales se enteren de su existencia y deseen comprarlo?
- Algunas recomendaciones para estos cuatro subcapítulos del plan de marketing son:
- **Producto/servicio:**
 - Realizar una descripción objetiva del producto/servicio con todas las características técnicas, incluyendo una descripción del packaging. Si se tratara de un servicio, incluir un detalle del proceso u operación.
 - Así mismo, debe realizar una descripción de los beneficios que el producto/servicio brinda a los consumidores.
 - Marcar las diferencias entre el producto/servicio propuesto y los de la competencia.
 - Incluir planos, dibujos y fotos.
- **Precio:**
 - Incluir el precio o rango de precios al cual se ofrece o se pretende ofrecer el producto/servicio y su fundamentación.
 - Incluir un análisis de sensibilidad para sustentar el rango adoptado y demostrar la elasticidad de la demanda.

- Hacer referencia a la investigación de mercado para justificar el rango de precios adoptado.
 - Incluir un análisis de costos para dejar asentado cuál es el punto de equilibrio y la rentabilidad estimada.
 - Si se trata del lanzamiento de un nuevo producto, es importante incluir un análisis de contribución marginal.
 - Si se trata de una empresa en marcha, incluir la evolución de precios del mercado de los últimos cinco años.
- **Distribución:**
 - Especificar si la distribución se hará en forma directa o si actuarán intermediarios que harán llegar el producto al consumidor final.
 - Determinar cuál va a ser el alcance de la distribución (parroquial, metropolitana, nacional, regional, internacional).
 - Incluir un mapa del área de cobertura.
 - Si el esquema de distribución fuera complejo, incluir un diagrama que esquematice las etapas.
 - Justificar la elección de lugar para el establecimiento de oficinas, locales, depósitos, talleres y/o fábricas.

- **Comunicación:**

- Describir el objeto de la comunicación y el mensaje que se emitirá para lograrlo.
- Determinar los medios de comunicación que se utilizan o que se utilizarán para promover el producto/servicio (medios masivos, marketing directo, puntos de venta, vía pública, auspicios, boca a boca).
- Mostrar el plan de comunicaciones para un período de al menos un año.
- Incluir el análisis costo-beneficio del plan de comunicaciones.
- Si se trata de una empresa en marcha, incluir campañas realizadas y resultados obtenidos.

Este plan va a determinar qué beneficios ofrecerá la empresa a los clientes y consumidores, realizando una descripción objetiva del producto, marcar la competencia e incluir planos y fotos del producto a ofertar, también se deberá determinar el precio con que se va a ofrecer el producto incluyendo un análisis de costos para dejar claros cual es el punto de estabilidad y de rentabilidad. Tomando en cuenta la distribución se especificará la forma de cómo va a ser trasladada la mercancía, si es de forma directa o a través de intermediarios, así mismo se incluirá un mapa el cual señalará el área de cobertura.

Haciendo uso de la comunicación se dará a conocer el producto que se va a ofrecer en el mercado, de tal modo que los clientes y los consumidores se enteren de

su existencia, sin embargo la mejor estrategia aplicada son las campañas publicitarias realizadas y un plan de comunicación por un periodo de un año como mínimo.

2.1.13 Recursos Humanos

Para la creación de una empresa o el lanzamiento de un nuevo producto, el capítulo de recursos humanos debe concentrarse en los siguientes aspectos:

- Qué estructura tendrá la empresa en su punto máximo de expansión (organigrama óptimo).
- Qué estructura tendrá al inicio y cómo evolucionará la incorporación de recursos humanos a medida que la empresa crezca (organigrama mínimo requerido).
- Qué cantidad de gente se necesitará en el horizonte de planeamiento adoptado (generalmente entre dos y cinco años).
- Qué puestos ocuparán en la empresa, sector o equipo.
- Cuál será el costo de contratación y remuneración.

Si el objeto del plan de negocios fuera la venta de una empresa en marcha o la búsqueda de algún tipo de asociación, debe incluirse una nómina del personal actual, un organigrama, el costo actual y un plan para el futuro que incluya los aspectos mencionados en el primer párrafo.

La conducción, es decir, la dirección y la gerencia, son tan importantes para el éxito de una empresa, negocio o producto, que merecen una sección aparte.

En la creación de una empresa o en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio, es importante y muy fundamental la intervención del recurso humano puesto que si se cuenta con un personal capacitado y motivado este será dirigido de una mejor manera, permitiendo así el éxito de una empresa.

2.1.14 Estrategia De Producción:

En el caso de que el negocio esté vinculado a la manufactura, el plan de negocios deberá dedicar una sección a la planificación de la producción. Si la empresa piensa expandirse, manteniendo la misma capacidad productiva, este capítulo no es necesario.

Para un proyecto de empresa o de producto que requiera instalaciones productivas, el plan de negocios deberá describir el modo en que éstas se obtendrán y cómo será reclutado el personal de producción. Un flujo o diagrama de proceso puede ayudar al lector del plan a comprender la forma en que se operará.

Los supuestos que se establecen en esta sección servirán de base para las proyecciones de egresos en el flujo de fondos (que se incluye en el capítulo de Factibilidad Financiera). Para que la información sea lo más exacta posible, resulta conveniente pedir presupuestos a posibles proveedores.

Uno de los factores más decisivos para el éxito de la estrategia de producción es la administración de los tiempos. Es necesario coordinar los tiempos de producción para adecuarse a la demanda. Para ello se hace imprescindible una programación de atrás para adelante, mediante la cual la proyección de ventas gobierna sobre el proceso de producción y determina las cantidades a producir, los insumos a comprar y los productos terminados a almacenar. Es importante que esta sección contenga un

análisis de los proveedores de insumos para la producción. Seguramente la calidad de los productos será un factor de éxito del negocio y dependerá en gran medida de la calidad de los insumos.

En caso de emprendimientos industriales donde la maquinaria sea un factor clave de éxito, es recomendable presentar una breve descripción de los equipos y su funcionalidad.

Debe existir una estrategia adecuada a la hora de reclutar el personal y que este pueda trabajar arduamente cubriendo los estándares de producción establecidos, por supuesto manteniendo un control de los materiales utilizados para la producción y con esta estrategia poder generar un producto de buena calidad.

La competencia forma parte fundamental de este estudio, es importante señalar si existen productos y/o servicios similares en el mismo ámbito geográfico donde se va a ejercer y así poder determinar la competitividad existente en el mercado. Con esto se podrán llevar a cabo estrategias y hacerse diferenciar de los demás, buscando así las distintas oportunidades que pudieran darse, identificando el mercado potencial y evaluando el desarrollo del negocio una vez puesto en marcha.

2.1.15 Recursos e Inversiones:

Esta sección del plan de negocios debe mostrar cuáles son los recursos (técnicos, humanos, económicos, etc.) necesarios para poner en marcha el proyecto y dónde y cómo se obtendrán, especificando las necesidades de inversión.

Los rubros que deben describirse dependen de las particularidades de cada proyecto, pero algunos de los que normalmente forman parte de cualquier proyecto, según Terragno (2007), son:

- Inmuebles
- Selección y contratación de personal
- Instalaciones
- Maquinarias
- Inscripciones, registros y licencias
- Capacitación y entrenamiento
- Mercaderías
- Investigaciones de mercado
- Publicidad y promoción
- Capital de trabajo

Según Terragno (2007), este último punto es fundamental, dado que el capital de trabajo es el que necesitará la empresa para mantenerse en funcionamiento hasta comenzar a generar ingresos y para cubrir las brechas temporales entre los pagos y las cobranzas.

A una descripción general de qué es cada rubro y cómo se satisfará (compra, alquiler, contratación de especialistas, etc.) debe agregar cuál será la cantidad total de dinero o monto de la inversión inicial que se necesitará y cuál será el origen del mismo. Las alternativas básicas de financiamiento son el capital ajeno, obtenido a través de préstamos o inversión, y el capital propio de las personas o empresas que realizan el plan.

Si la presentación del Plan de Negocios se realiza para obtener financiamiento, los inversores o prestamistas estarán interesados en conocer cuál es el grado de inversión que realizará quien presenta el proyecto, para evaluar su compromiso.

La descripción de cada uno de los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto permitirá saber con qué se va a contar para así llevar a cabo el desarrollo del mismo y así obtener el financiamiento de los inversionistas interesados.

2.1.16 Factibilidad Técnica:

En esta etapa debe mostrarse una evaluación que demuestre que el negocio es posible de poner en práctica y de sostenerse, de acuerdo con lo enunciado en el plan. Se deben proporcionar evidencias de que se ha planificado cuidadosamente, y que se han contemplado los problemas que involucra poner en marcha el proyecto en cuestión y mantenerlo en funcionamiento.

La enumeración de los principales aspectos a resolver y una propuesta de solución para cada uno de ellos ayuda a demostrar la factibilidad del proyecto.

Algunos aspectos que deben ser considerados, señala Terragno (2007), son los siguientes:

- Ensayo e investigación: ¿Se probó el producto/servicio? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Funciona correctamente? ¿Se conocen otras experiencias similares?).
- Ubicación: ¿Cómo se decidió o decidirá? ¿Cómo se hará para estar cerca de los clientes y de los proveedores?
- Escalas de producción: ¿Es posible responder a las ventas previstas con la escala seleccionada? ¿Existen posibilidades de ampliación/reducción de la capacidad?

- Proyectos complementarios: ¿Es necesario desarrollar proyectos complementarios para poner en marcha el proyecto en cuestión? ¿Es posible hacerlo? ¿Quién lo hará? ¿Cómo lo hará? ¿Cuándo lo hará?
- Tecnología: ¿Cómo se obtendrá la tecnología necesaria para el desarrollo? ¿Ya fue probada? ¿Cómo se adecuará el proyecto a los avances tecnológicos?
- Personal: ¿Hay en el mercado personal calificado para las funciones que se requieren? Y si no es así, ¿cómo se capacitará al plantel?
- Materias primas: ¿Es constante el abastecimiento? ¿Está sujeto a cambios en el mercado? ¿Existen proveedores alternativos a los seleccionados?

Permite demostrar que el negocio que se lleva a cabo es posible, que los productos y servicios a ofrecer cubrirán las necesidades de los clientes y los consumidores, y que la empresa se encontrará en un sitio adecuado lo cual permite que el cliente se le facilite la obtención de los productos y se contará con un personal capacitado.

2.1.17 Dirección y Gerencia

En esta sección del plan se trata lo concerniente, según Tarringa (2009):

- Quiénes gerenciarán el proyecto, o en el caso que se trate de la venta de una empresa: quiénes son sus actuales directores o socios, qué gerenciamiento estaría "comprando" el destinatario del plan de negocios.

- Para tomar una decisión acerca de un proyecto no solamente hay que tener en cuenta los factores técnicos, económicos y de mercado, sino también quiénes son sus cabezas. Un excelente proyecto puede fracasar si está en manos de personas inadecuadas.
- Tratándose de un proyecto para una empresa en marcha (por ejemplo, su venta o fusión, la incorporación de capital o la solicitud de un préstamo) resulta importante destacar los siguientes datos:
- Principales accionistas: aquí rige aquello de "dime con quién andas y te diré quién eres". Un potencial socio o prestamista analizará quiénes son los que invierten en la empresa; querrá saber si son personas conocidas, si les va bien en sus otros negocios, si son honestos, si viven en el país. En la sección que nombra a los accionistas deben proporcionarse datos y no opiniones.

Esos datos deben incluir: nombre y apellido, nacionalidad, lugar de residencia, profesión, actividad, primera fecha de adquisición de acciones, porcentaje de acciones en su poder, participación en otras sociedades. Antes de presentar el plan conviene consultar a los accionistas citados acerca de los datos a incluir.

- Directorio: los miembros del directorio son los que toman las grandes decisiones y, especialmente en las pymes, son la cara visible de la organización.
- Sobre ellos, hay que incluir los siguientes datos: nombre y apellido, profesión, nacionalidad, país de residencia, fecha de incorporación a la empresa, cargo ejecutivo, si lo tiene; participación societaria, si la tiene;

algunas experiencias laborales previas y otras actividades presentes que ayuden a armar el perfil.

- **Activos humanos:** en el caso de la venta de una empresa o de una fusión o alianza estratégica, es importante destacar las destrezas que la empresa ha adquirido con el tiempo, que surgen de las personas que la forman. Aquí conviene nombrar a las personas claves de la organización, gerentes y asesores, y destacar su currículum y sus aportes a la empresa.
- **Garantías:** a modo de referencia, nombrar a los auditores y abogados de la empresa.

Si el proyecto involucra un nuevo negocio o una licencia o franquicia, es fundamental destacar el gerenciamiento. Probablemente, el plan lo presenten aquellos que se proponen como gerentes, a posibles inversores o a la empresa licenciataria o franquiciante. Cualquiera de estos destinatarios estará interesado en evaluar la capacidad y experiencia de quienes llevarán adelante la gestión del negocio. También un prestamista evaluará la capacidad gerencial como un elemento del éxito del negocio. Es recomendable incluir como anexo el currículum completo de cada gerente.

Para llevar a cabo un plan exitoso es necesario contar con las personas o socios capacitados que puedan manejar de forma cuidadosa y atractiva la imagen de este proyecto permitiendo así el surgimiento y cumplimiento de los objetivos previamente establecidos.

Para finalizar, se puede comentar que el plan de negocios define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, y de igual manera, facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto.

El plan de negocios debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa. Este debe justificar cualquier meta sobre el futuro que se fije. Debe ser muy dinámico, por lo que se requiere que este actualizado y renovado de acuerdo a las necesidades del momento. Asimismo, conviene que el plan proporcione un panorama general del mercado y de los requerimientos de la nueva empresa, producto, servicio o, en su caso, de su crecimiento.

El plan puede elaborarse para una empresa de reciente creación o para una que ya está operando y tiene planes de desarrollo. Cuando la empresa está operando y en crecimiento, un plan sirve para replantear objetivos, metas y necesidades, así como para solicitar créditos o inversiones adicionales para ampliación y/o proyectos especiales.

Después de un periodo determinado de operación del plan de negocios, es recomendable comparar los resultados obtenidos con el plan original para conocer las posibles desviaciones, las razones de éstas, las consecuencias y las medidas correctivas que han de ser tomadas.

Cada plan de negocios es diferente porque tiene el toque personal del responsable de su elaboración y está diseñado a partir del tamaño y giro de cada empresa, lo que imposibilita establecer un formato idéntico para todos los casos, aunque puede afirmarse que la mayoría son similares.

La veracidad de la información que se incluya en el plan de negocios es de vital importancia para su éxito. Es conveniente que los inversionistas y financieros conozcan las proyecciones que se emplearon para estimar la utilidad pronosticada. También, necesitan conocer y entender los supuestos, la lógica y los soportes que se utilizaron para la realización de las proyecciones. Para que el plan de negocios sea más objetivo y fácil de analizar, debe incluir información histórica y comparativa, con datos estadísticos y gráficos de los últimos cinco años, en dinero y porcentajes, sobre diferentes aspectos de la empresa y/o el mercado.

2.2. Marco filosófico-antropológico.

2.2.1 Que se entiende por Mascotas

Animal doméstico o domesticado que convive con el hombre para fines de compañía y entretenimiento. Son absolutamente dependientes del ser humano para asegurar su bienestar y supervivencia.

Muchas especies animales se utilizan como mascotas, la más común es el perro.

Mascota es un término que procede del francés *mascotte* y que se utiliza para nombrar al animal de compañía. Estos animales, por lo tanto, acompañan a los seres humanos en su vida cotidiana, por lo que no son destinados al trabajo ni tampoco son sacrificados para que se conviertan en alimento.

La reproducción de mascotas, por lo tanto, es impulsada con la finalidad de que los animales convivan con las personas, ya sea por motivos sociales, lúdicos o educativos. La venta de mascotas constituye un negocio, aunque las mascotas en sí, una vez vendidas, no son destinadas a una actividad lucrativa.

Los animales comenzaron a domesticarse como mascotas en la prehistoria. Los perros y los gatos son las mascotas más populares del mundo por sus características y por la tradición histórica. Otros animales, como los conejos, las tortugas o los hurones, también suelen ser considerados como mascotas, aunque las asociaciones de defensa de los animales consideran que estas especies deben vivir en su hábitat.

Mascota, por otra parte, es un animal, una persona o un objeto animado que actúa como talismán o que representa a un equipo deportivo, una empresa, una marca o un evento. Es habitual que la mascota sea un muñeco de un animal con conductas humanas (capaz de bailar, por ejemplo).

2.2.2 Beneficios aportados por las Mascotas

Los animales de compañía están considerados como una medicina preventiva. Su cuidado y el afecto hacia ellos promueven la salud y prolongan la vida. Numerosos estudios han demostrado, por ejemplo, que cuando los acariciamos la tensión arterial se reduce, además de producir efectos relajantes en nuestro organismo. Y es que, sin duda, ellos son un verdadero antídoto contra el estrés y una fuente inagotable de amor y compañía.

Estos son algunos de los beneficios que aporta la convivencia con una mascota:

- **Disminuyen el sentimiento de soledad:** su presencia constante hace que las personas se sientan más confiadas, seguras y protegidas. Su compañía

también estimula el contacto físico y la comunicación; casi todos los dueños le hablan a su mascota y la conversación resulta más relajante debido a una sencilla razón: los animales no juzgan a las personas.

- **Incrementan la autoestima:** los cuidados y atenciones que demandan las mascotas reducen los tiempos de ocio, hacen que la persona se sienta útil y generan una estrecha relación entre humano y animal, en la que ambos intercambian cariño y emociones. Son una constante fuente de motivación para su dueño.
- **Los niños aprenden:** la convivencia con las mascotas contribuye a que los niños aprendan valores positivos como el respeto hacia los animales y la vida, la amistad y el amor, crea sentido de responsabilidad y promueve la comunicación entre padres e hijos. Las mascotas pueden enseñar a los niños a amar. Una mascota desarrolla en el niño la sensación de ser siempre aceptado y querido.
- **Mejoran el humor:** ellas son una fuente de alegría y diversión para toda la familia, y con su compañía nos enseñan a disfrutar de las cosas sencillas de la vida.
- **Estimulan el contacto social:** tener una mascota es una buena manera de establecer contactos sociales más positivos, conociendo a otras personas con quienes compartir anécdotas y experiencias sobre ella, ampliando así el círculo de amistades.

- **Ayudan a estar en forma:** los perros necesitan caminar y hacer ejercicio diariamente. Compartir con la mascota y disfrutar de esta actividad hace que tanto ella como su dueño se mantengan saludables.
- **Favorecen la recuperación de las enfermedades:** se ha demostrado que aquellas personas que poseen mascotas se recuperan más rápido de enfermedades como infartos y de cirugías, que aquellas que no las poseen.
- **Apoyan a personas discapacitadas:** particularmente los perros, pueden convertirse en los ojos, los oídos y las piernas de muchas personas que padecen ciertos impedimentos físicos.
- **Nos hacen más humanos:** los cuidados y el amor hacia los animales nos hacen demostrar mayor empatía y actitudes positivas hacia ellos, y así aprendemos a actuar de la misma manera con las personas.
- **Liberan del estrés:** los estudios llevados a cabo sobre personas que poseen mascotas y otras que no tienen, muestran que el primer grupo tiene estados de ánimo más altos y periodos menores de depresión.

2.2.3 Breve evolución histórica de caninos y felinos

a) Historia del canino

Hace 30 millones de años, durante el período Oligoceno, apareció sobre la Tierra la primera criatura con apariencia de perro, el Cynodictis, un animal parecido a la mangosta con un largo hocico. Los fósiles más primitivos de la familia de los perros se han encontrado en Norteamérica y son de este período.

Otra criatura parecida a los cánidos, el *Tomarctus*, evolucionó durante el período Mioceno hace 24 millones de años. A su vez, hace 300 mil años, el género *Canis* evolucionó, convirtiéndose en *Canis lupus* o Lobo. Descendiente de este lobo, el primer perro doméstico es de hace unos 12 mil años. El lobo es el antepasado de todos los perros domésticos, incluido el Gran Danés, que es mucho más grande que el lobo y el Chihuahua, que es mucho más pequeño (derecha). Las formas externas de estas razas pueden parecer completamente distintas de las del lobo y entre sí, pero dentro de su piel cada perro siente y se comporta como un lobo.

El lobo es el más grande de todos los perros salvajes actuales. Durante la última Época Glacial, hace unos 40 mil años, tanto los lobos como los humanos vivían en grupos familiares de cazadores sociales. Probablemente los lobos empezaron a alimentarse de carroña y a comer los desperdicios que dejaban los humanos. Con esto, algunos lobeznos .

Chihuahua y Gran Danés llegarían a amansarse y al cabo de muchas generaciones se convirtieron en perros domésticos.

b) Historia del Felino

A continuación reseñamos 2 teorías acerca del verdadero origen del gato doméstico: * Una de las teorías es que el gato salvaje en su proceso evolutivo sufrió alguna mutación genética que dio lugar al gato doméstico, y que le impide llegar a una verdadera edad adulta. Algunos científicos piensan que el gato doméstico actual nunca llega a ser completamente adulto y por esta razón, defienden la teoría de la mutación genética.

Puesto que, según estudios, el gato salvaje adulto presenta comportamientos extremadamente solitarios y agresivos hacia el hombre, mientras el comportamiento del gato doméstico adulto es similar al de un gato salvaje que comienza la etapa en que pasa de cachorro a adulto.

* La teoría más aceptada por la mayoría de científicos es la que presenta al gato salvaje africano *FelisSilvestrisLybica* (más conocido como gato africano Guantado) como el antepasado del gato doméstico actual. Se acepta más esta teoría porque existen más y mayores pruebas de que en Egipto fuera la primera parte del mundo donde se domesticó al gato. Egipto es el lugar donde más leyendas se han hecho acerca del gato doméstico, y fue el lugar propicio de dónde mejor se logró la expansión de este animal hacia el resto del mundo.

Algunas de las más famosas leyendas son:

* Cuando sucedió el Diluvio Universal, en el arca no existía aún el gato. A medida que pasaron los días los ratones arrasaban con las existencias de alimentos y Noé con gran desesperación pidió a Dios enviara el remedio a tal situación. Del estornudo de un león salió la criatura que controlaría a los voraces ratones: el gato.

* Otra leyenda de origen griego dice que, la diosa Diana creó el gato para ridiculizar al león que había sido creado por su hermano Apolo.

* La leyenda de origen musulmán dice que el gato nació a partir de la pasión que sintió un simio por una leona soberbia que a si vez le respondió de igual forma, dando como resultado el gato doméstico. El fervor que Egipto sintió por los gatos lo llevó a representar a algunos de sus dioses con cuerpo o cabeza de gato. La más conocida de las diosas egipcias con cabeza de gato es Bast (diosa de la maternidad y

la fertilidad entre otras), a quién el pueblo le llevaba gatos momificados que sepultaban en grandes catatumbas o cremaban, dentro del templo Bubastis.

Las leyes egipcias castigaban severamente a quien lastimara deliberadamente a un gato. También se acostumbraba que si el gato de la familia moría, todos los miembros de esa familia se afeitaban las cejas como manifestación de tristeza y lo momificaban para llevarlo a Bubastis o a un templo local.

CAPITULO III.

3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación científica requiere de procesos metodológicos para garantizar que los conocimientos que se produzcan a partir de los hechos estudiados de un objeto de investigación que reúnan las condiciones de fiabilidad, objetividad y validez interna. Por consiguiente, es relevante precisar los procedimientos metodológicos que se utilizaron para alcanzar los objetivos propuestos en la investigación y poder dar respuesta a las interrogantes derivadas del planteamiento del problema.

En tal sentido, en el presente capítulo se señalan los aspectos de orden técnico-operacional que fueron necesarios para dar respuestas a las interrogantes derivadas de la presente investigación; procedimientos que facilitaron la recolección, procesamiento y análisis de la información. Por ello, a lo largo del presente capítulo se describen los aspectos relacionados con el tipo de estudio y diseño de la investigación, los tipos de fuentes de información, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, así como la población y muestra necesaria para indagar sobre el objeto de investigación. Seguidamente, se describe las técnicas que se utilizaron para analizar los datos y la forma de presentar los resultados y su respectivo análisis.

Se puede destacar que la metodología es el requisito básico para manejar y comprender los procedimientos teóricos y empíricos de las ciencias. Al respecto, Arias (2006), señala que: “La metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el cómo se realizará el estudio para responder al problema planteado”.

En otro orden de ideas, la investigación desde la perspectiva metodológico se desarrollo en tres (3) etapas. La primera etapa se orientó a la recopilación de información bibliográfica, consultando libros, trabajos de investigación, artículos y publicaciones de carácter científico y consulta de documentos electrónicos, entre ellos: paginas web – internet, bibliotecas y enciclopedias interactivas, entre otros. A través de esta etapa se consolidó el marco teórico de la investigación.

La segunda etapa investigativa sirvió para recopilar la información de campo mediante entrevistas no estructuradas a voluntarios que asisten a los animales que se encuentran en condiciones de indigencia en Cumaná; voluntarios, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, entre otras. Finalmente, analizada la información derivada del análisis de la situación actual, se procedió a realizar una propuesta que contempla el emprendimiento de una organización que garantice la asistencia a los animales en condiciones de indigencia o no en la ciudad de Cumaná del estado Sucre.

3.1. Diseño de Investigación

En el marco de la investigación planteada, se define el diseño de investigación como el plan o la estrategia global en el contexto del estudio propuesto, que permite orientar desde el punto de vista técnico todo el proceso de investigación hasta el análisis e interpretación de resultados, en función de los objetivos definidos de la presente investigación.

Tomando en consideración las características, los objetivos del estudio y de acuerdo a la calidad que persigue la investigación, el tipo de investigación se encuentra enmarcado en la modalidad de proyecto factible apoyado en un trabajo de campo con un nivel de descriptivo.

El tipo de investigación utilizada para desarrollar la investigación fue la de “Proyecto factible”. Al respecto, el proyecto factible permite la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible, cuyo propósito es satisfacer una necesidad o solucionar un problema.

Según Balestrini (2002), el Proyecto Factible es: “aquel tipo de estudio prospectivo, en el caso de las ciencias sociales, sustentado en un modelo operativo, de una unidad de acción, los cuales se orientan a proporcionar respuestas o soluciones a problemas planteados a una determinada realidad, organizacional, social, económica, educativa, entre otras”. Por otra parte opina que es: “una proposición sustentada en un Modelo Operativo Factible, orientado a resolver un problema planteado o a satisfacer necesidades en una Institución o campo de interés nacional”.

Los proyectos factibles se elaboran para responder a una necesidad específica, ofreciendo soluciones de manera metodológica. Por lo tanto, consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

Dado lo anterior, la investigación se enmarcó dentro de un proyecto factible, considerando que se realizó un análisis - diagnóstico que reveló la situación actual del control de animales en la ciudad de Cumaná en el estado Sucre, con el propósito de proponer una vez comprendidas las debilidades y oportunidades del sector, un centro de atención integral que respondiera de manera eficiente a través de servicios complementarios y de alto valor agregado social a solucionar el problema de animales indigentes y su control.

El diseño de investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado, de manera tal que dé respuesta a las interrogantes precisadas en la formulación y sistematización del problema de investigación. Por esta razón, la investigación se orientó a un estudio de campo ya que la información se obtuvo de las personas e instituciones que trabajan directa e indirectamente con el objeto de investigación. Así mismo, todo trabajo de campo pasa por una fase documental que implicó la revisión de trabajos especializados en el tema, leyes, revistas, consultas por Internet y otros materiales escritos que sirvieron de sustento para recopilar información.

Al respecto, Arias (2006), señala que: “la investigación de campo se define de este modo dado que aplican métodos que permiten obtener información en forma directa del objeto de estudio, a través de instrumentos apropiados”.

3.2. Nivel de la Investigación

Según Arias, (2006), un nivel de investigación descriptivo: “Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”.

De acuerdo a lo anterior, el nivel de investigación empleado fue descriptivo, ya que una vez conocida la situación actual relacionada con los animales en condiciones de indigencia o no indigentes, se realizó una descripción de la problemática en su contexto general. Por consiguiente, para el desarrollo de la investigación se llevó a cabo un nivel descriptivo de la situación estudiada, caracterizando el objeto de investigación, donde se describieron y analizaron de manera clara y ordenada los distintos aspectos que guardan relación con el objeto de estudio, para finalmente presentar el emprendimiento de un centro integral para la

atención y control de animales en condiciones de calle y los destinados a mascotas, entre otros, en Cumaná, estado Sucre.

En relación a lo antes expuesto Arias (2006), señala que: “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”.

3.3. Fuentes de Información

Son documentos o hechos que le proporcionan al investigador datos para el estudio que está realizando, de acuerdo a la naturaleza del mismo. Según Arias (2006): “Es todo lo que suministra datos o información”; es decir, son hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten obtener información.

En la investigación se emplearon tanto fuentes Primarias (vivas) como fuentes Secundarias (documentales).

- **FUENTES PRIMARIAS (O FUENTES VIVAS):** representada por la información obtenida de manera oral y escrita de las personas relacionadas con el objeto de investigación, los cuales aportaron datos que permitieron describir la realidad actual del sector en estudio. De este modo, se pudo determinar a través de distintas técnicas e instrumentos sus opiniones con respecto al control de animales en la ciudad de Cumana.

En fundasalud, directamente con la presidenta; En el ambulatorio Ayacucho con el coordinador de zoonosis; En el ambulatorio de fe y alegría

en el departamento de historias medicas, en las organizaciones no gubernamentales con sus voluntariados(as), En la fundación “Adóptame Cumana” con su presidenta, En la fundación DR. Gustavo Minguet con su presidenta y la fundación Perrudo directamente con su presidenta.

- **FUENTES SECUNDARIAS (DOCUMENTALES):** En esta investigación se utilizó material bibliográfico tales como: textos, tesis, trabajos de investigación, revistas, folletos, paginas Web e internet, entre otros. Toda esta información relacionada con el objeto de estudio de la presente investigación.

3.4. Población y Muestra.

La población y muestra de la presente investigación quedo representada de la siguiente manera:

- **POBLACIÓN:** La población según Arias (2006), corresponde a: “el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.”

Para el presente estudio, la población estuvo representada por los habitantes de la ciudad de Cumaná estado Sucre, que según último censo realizado en el año 2006 fue de novecientos treinta mil novecientos ochenta y nueve (930.989) habitantes, considerándose una población finita.

Según Ramírez, (1999), una población finita: “es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos

desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total, por ejemplo, los libros de una biblioteca, el número de alumnos de una escuela; la producción de automóviles en un año determinado, etc. Sin embargo, estadísticamente se considera que una población es finita cuando esta conformada por menos de doscientos mil elementos”.

Asimismo, se realizaron entrevistas con personal directivos de la Fundación para la Salud del estado Sucre (FUNDASALUD), para conocer sus impresiones hacia la problemática y las estrategias que gestionan y articulan para disminuir la falta de atención y control animal.

Esta población fueron aplicadas en distintas áreas de salud y organizaciones no gubernamentales, de las cuales se tomo: 3 empleados del departamento de zoonosis del ambulatorio Ayacucho; 2 del departamento de historias medicas del ambulatorio de fe y alegría y 10 personas de las organizaciones no gubernamentales que hacen vida en la universidad de oriente y por ultimo a la presidenta de la fundación “Adóptame Cumana”.

- **MUESTRA:**

Es una parte representativa de la población, que contiene prácticamente las mismas características que se pretenden estudiar.

En esta investigación para obtener las unidades de análisis se hizo uso del muestreo intencional, considerando que la población objeto de estudio es grande.

El muestreo intencional es un procedimiento que permite seleccionar

los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos. Se utiliza en situaciones en las que la población es muy variable y consecuentemente la muestra es muy pequeña.

Por lo tanto, para la presente investigación se hizo uso de este tipo de muestreo, seleccionado por una parte, los directivos de las principales empresas dedicadas al control de animales en Cumaná. Por otra parte, se selecciono una muestra de 9 personas mediante muestreo aleatorio simple, de la población que habita en la ciudad, de los diferentes estratos sociales y condiciones académicas en aras de lograr obtener información desde las dos perspectivas, tanto de los empresarios del sector, como de los usuarios potenciales y reales del servicio de atención integral de animales a emprenderse.

Así mismo se realizo un muestreo en fundasalud, directamente con la presidenta Leonor Rivas; En el ambulatorio Ayacucho con el coordinador de zoonosis Roger Mago, el veterinario Argenis Sánchez y su auxiliar de veterinaria.

En el ambulatorio de fe y alegría, en el departamento de historias medicas específicamente con la estadística y control de zoonosis de ese departamento, con la TSU en estadística de salud, Ana Hilda Antón Romero y su auxiliar en registros médicos Fanny Serpa.

En las organizaciones no gubernamentales contamos con el apoyo de voluntarias que hacen este trabajo sin ningún beneficio entre ellas tenemos: La Licenciada Virginia Cumana, entre otros; En la fundación “Adóptame Cumana” con la presidenta Susana Marcano, En la fundación DR. Gustavo

Minguet directamente con Altagracia Bolívar y La fundación Perrudo con su presidenta Desiré Salmerón.

3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Se consideran más adecuados instrumentos analíticos que descansan en la interpretación, utilizando para ello, la técnica de la entrevista en profundidad y semi-estructurada, con el propósito de recoger la información necesaria. Se entiende ésta como el proceso de interacción dinámica de comunicación entre dos personas, entrevistador y entrevistado bajo el control del primero (Cuenca, 2007).

Esto último alude al carácter directivo que tiene la entrevista que, si bien no es de carácter rígido, sí tiene una fuerte influencia de acuerdo a los intereses investigativos y motivaciones propias del investigador en cuanto a la información que desea obtener. En otros términos, Nahoum la define como “un encuentro de carácter privado y cordial, una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da la versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico”. El objeto de investigación de la entrevista en profundidad es la vida, experiencia, ideas, valores y estructura simbólica del entrevistado.

3.6. Técnicas de Análisis e Interpretación de los Resultados.

Para el análisis y presentación de los resultados se utilizó la estadística descriptiva; parte de la estadística dedica a analizar y representar datos. En este sentido, se analizó la información mediante tablas, gráficos y tendencias que revelaran los elementos de juicio necesarios para el análisis y observaciones que proporcionaron respuestas en función de los objetivos planteados, relacionados fundamentalmente a los aspectos generales que se necesitaban para diseñar un

emprendimiento de un centro de atención integral para el control y asistencia animal en la ciudad de Cumaná del estado Sucre.

Una vez analizada y presentada la información, esta sirvió de base para proponer las partes que permitieron la estructuración de la propuesta. Se destaca que previo el análisis de la información, el instrumento diseñado para la recolección de datos de la población objeto de estudio fue sometido a la validación por parte de expertos, corrigiendo previo a la aplicación los problemas propios derivados del diseño del dialogo.

CAPITULO IV

**4. ANÁLISIS SOBRE EL CENTRO MUNICIPAL DE
ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA VIDA ANIMAL
URBANACIUDAD DE CUMANÁ**

4.1. Análisis de la Situación Actual de los Animales Domésticos e Indigentes en la Ciudad de Cumaná.

Considerando el propósito de la investigación el cual contempla el diseño de un emprendimiento social para un centro dedicado a prestar servicio de salud a los animales, fue pertinente realizar un análisis para conocer la situación actual del mercado objeto de investigación. Para ello, se diseñó un instrumento con la finalidad de recabar información sobre aquellos factores que inciden directa e indirectamente en la creación de un centro que se encargue de atender y asistir a los animales que están en condición de abandono y los que sirven de mascotas.

Para la recopilación de la información de la investigación se diseñó un guion temático (ver anexo N° 01), con la finalidad de realizar el análisis más eficiente y preciso, permitiendo obtener respuestas a los objetivos propuestos a través de la opinión de las personas entrevistadas objeto de investigación. Por consiguiente, los datos se presentaron en valores absolutos y porcentuales mediante tablas de fácil lectura, contemplando la percepción de los voluntariados y personal de las organizaciones gubernamentales de la ciudad de Cumaná, estado Sucre, con respecto al bienestar de los animales. Una vez tabulados los datos y construidas las tablas se procedió a graficar los resultados mediante tortas para su posterior análisis.

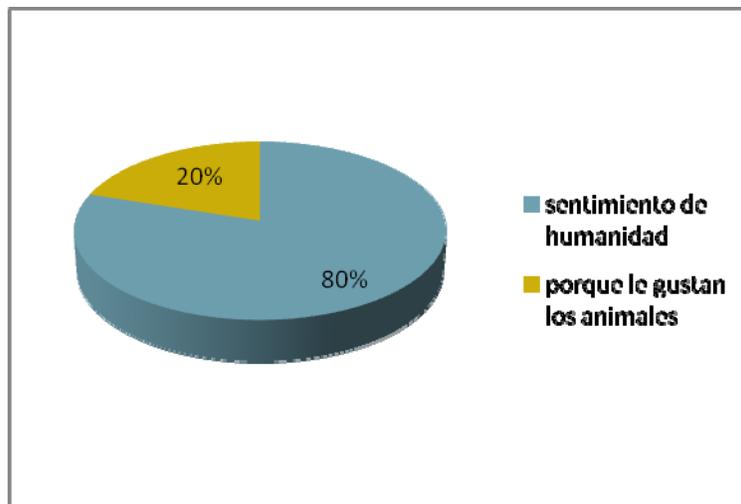
A continuación se presentan los resultados y su respectivo análisis por ítem:

¿Qué los motiva a realizar estas actividades en defensas de los animales indigentes?

Del 100% de las personas entrevistadas, 80% señalaron que les motiva realizar dicha labor es el sentimiento de humanidad, de querer proteger a los animales y darles un lugar digno donde ellos puedan estar, desarrollarse y mantenerse y 20% manifestaron que lo hacen porque le gustaban los animales.

GRAFICA N.1 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

Qué los motiva a realizar estas actividades en defensas de los animales indigentes?



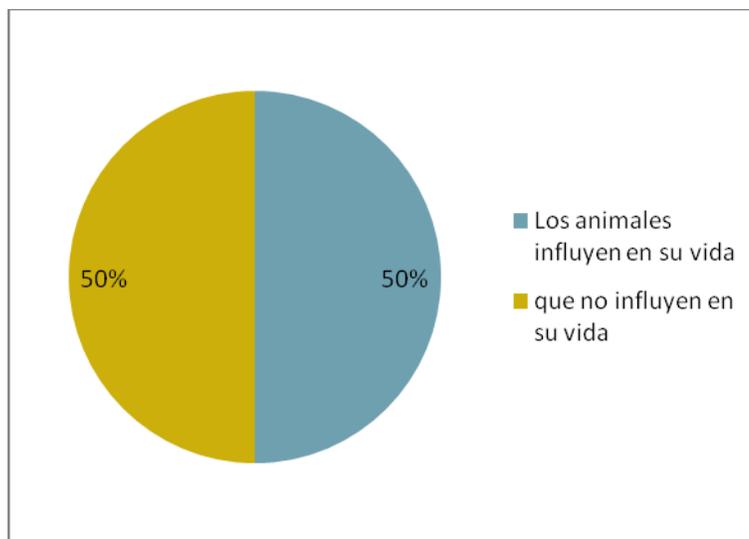
En la grafica N.1 se observo que del 100% de las personas entrevistadas, 80% señalaron que les motiva realizar dicha labor es el sentimiento de humanidad, de querer proteger a los animales y darles un lugar digno donde ellos puedan estar, desarrollarse y mantenerse y 20% manifestaron que lo hacen porque le gustaban los animales.

¿Piensas que los animales han influido en tu vida?

Del 100% de las personas entrevistadas, 50% manifestaron que estas actividades que realizan son de gran importancia para su vida y que los animales influyen en su vida, mientras que el otro 50% respondieron que no.

GRAFICA N·2 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Piensas que los animales han influido en tu vida?



En la grafica N·2 se observo que del 100% de las personas entrevistadas, 50% manifestaron que estas actividades que realizan son de gran importancia para su vida y que los animales influyen en su vida, mientras que el otro 50% respondieron que no.

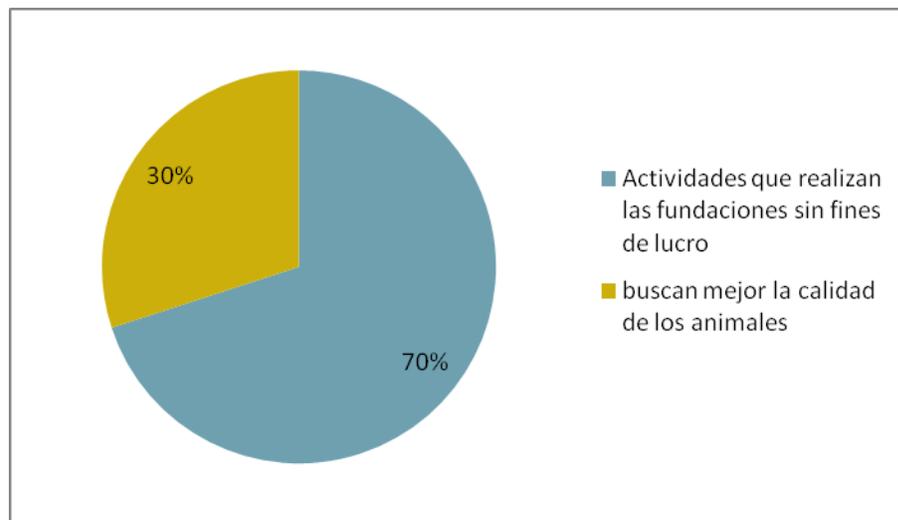
¿Con qué frecuencia realiza la actividad?

Del 100% de las entrevistadas el 70 % respondieron que las actividades se realizan de forma variada ya que las personas que las difunden son fundaciones que trabajan sin fines lucro al contrario el 30 % manifestaron que buscan mejorar la

calidad de vida de los animales y cuando se presentan estas actividades ellas tratan de estar y ayudar en lo que ellas puedan.

GRAFICA N·3 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Con qué frecuencia realiza la actividad?



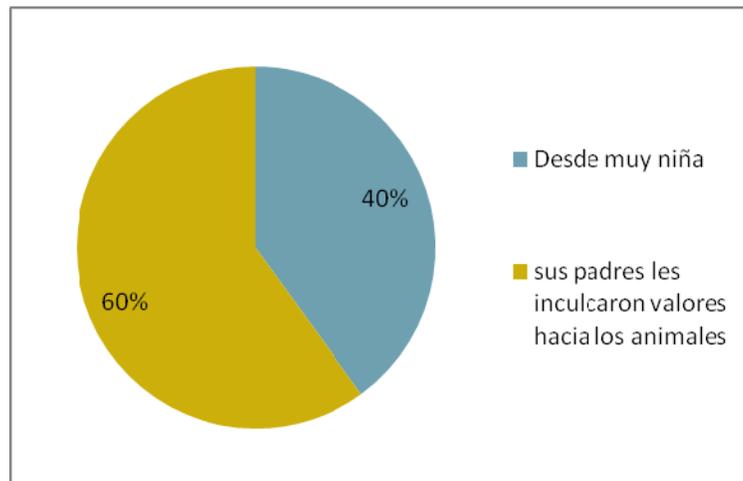
En la grafica N·3 se observo que del 100% de las entrevistadas el 70 % respondieron que las actividades se realizan de forma variada ya que las personas que las difunden son fundaciones que trabajan sin fines lucro al contrario el 30 % manifestaron que buscan mejorar la calidad de vida de los animales y cuando se presentan estas actividades ellas tratan de estar y ayudar en lo que ellas puedan.

¿Cuánto tiempo llevas haciendo dicha actividad?

Del 100% de las entrevistadas el 40 % respondieron de forma sonreída y manifestaron que desde muy niñas les fascino la idea de interactuar con animales mientras que el 60 % expusieron que sus padres le inculcaron valores y aprecio hacia los animales y es por eso que ellas se sienten felices y conmovidas con la actividad que ellas emprenden.

GRAFICA N·4 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Cuánto tiempo llevas haciendo dicha actividad?



En la grafica N·4 se observo que del 100% de las entrevistadas el 40 % respondieron de forma sonreída y manifestaron que desde muy niñas les fascino la idea de interactuar con animales mientras que el 60 % expusieron que sus padres le inculcaron valores y aprecio hacia los animales y es por eso que ellas se sienten felices y conmovida con la actividad que ellas emprenden.

¿Cómo ves el efecto de la violencia en los jóvenes hacia los animales?

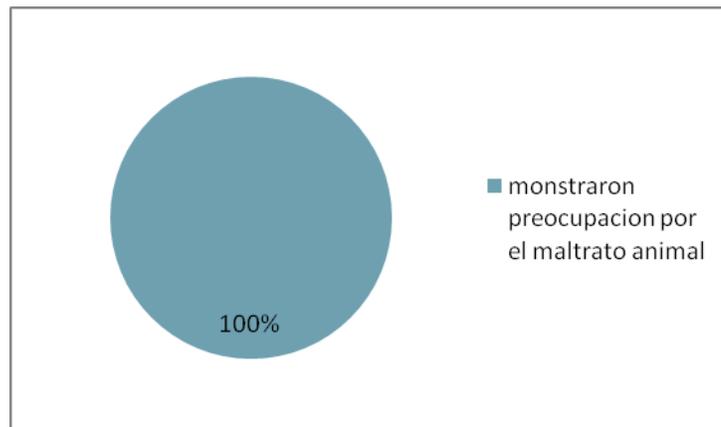
El 100% de las entrevistadas en su totalidad manifestaron preocupación por los niños y jóvenes que maltratan animales; ellas piensan que esto es un problema estructural y afecta a la sociedad como tal.

Elas expusieron que debe existir métodos para impulsar la concientización humana y esto lo podemos lograr por medios de charlas impartidas en los colegios, en comunidades y en universidades.

Ellas también manifestaron que los grandes asesinos comienzan dándole muerte y torturando a animales; por eso el llamado es a los padres para que estén pendientes de los niños y de algún cambio repentino en su actitud.

GRAFICA N-5 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Cómo ves el efecto de la violencia en los jóvenes hacia los animales?



En la grafica N-5 se observo que el 100% de las entrevistadas en su totalidad manifestaron preocupación por los niños y jóvenes que maltratan animales; ellas piensan que esto es un problema estructural y afecta a la sociedad como tal.

Ellas expusieron que debe existir métodos para impulsar la concientización humana y esto lo podemos lograr por medios de charlas impartidas en los colegios, en comunidades y en universidades.

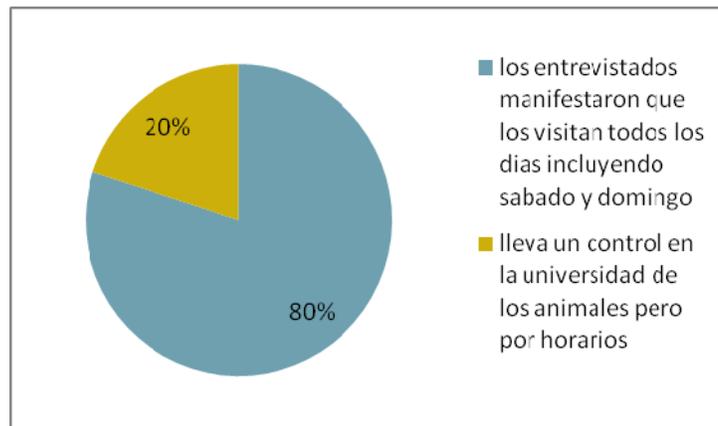
Ellas también manifestaron que los grandes asesinos comienzan dándole muerte y torturando a animales; por eso el llamado es a los padres para que estén pendientes de los niños y de algún cambio repentino en su actitud.

¿Con que frecuencia visita a los animales que están en la universidad de oriente?

El 100 % de las entrevistadas el 80 % de ellas respondieron de forma puntual que visitan a los animales todos los días incluyendo el sábado y el domingo mientras que el 20 % manifestaron que mantienen un control de los perros que habitan en la universidad de oriente pero por horarios.

GRAFICA N·6 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Con que frecuencia visita a los animales que están en la universidad de oriente?



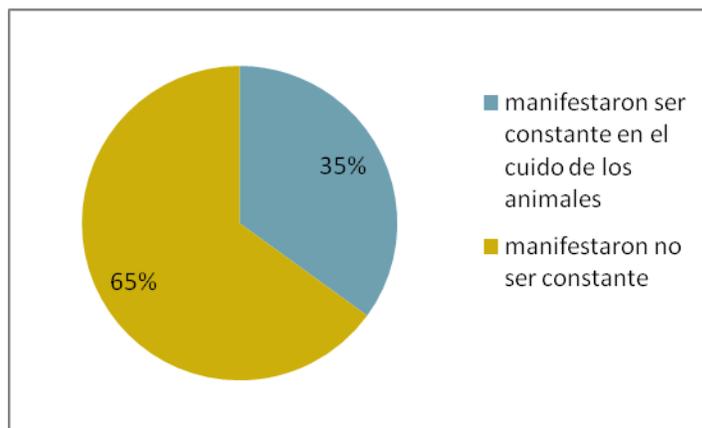
En la grafica N·6 se observo que el 100 % de las entrevistadas el 80 % de ellas respondieron de forma puntual que visitan a los animales todos los días incluyendo el sábado y el domingo mientras que el 20 % manifestaron que mantienen un control de los perros que habitan en la universidad de oriente pero por horarios.

¿Qué tipo de servicios prestan?

El 100 % de las entrevistadas 35 % respondieron que realizan todo tipo de actividades desde curar un animal mal herido hasta de brindarle comida y zacear su sed, mientras que el 65% manifestaron que ayudan a los animales pero no son constante.

GRAFICA N-7 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Qué tipo de servicios prestan?



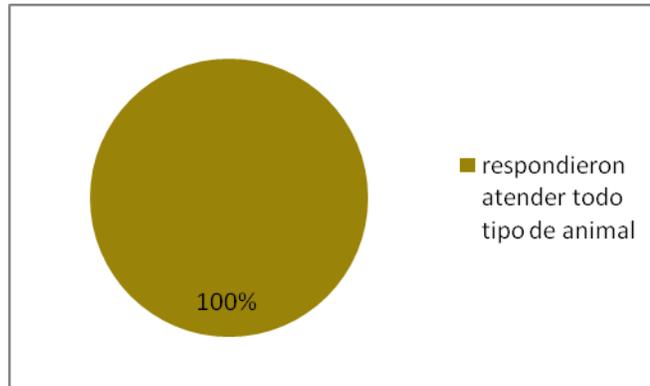
En la grafica N-7 se observo que el 100 % de las entrevistadas 35 % respondieron que realizan todo tipo de actividades desde curar un animal mal herido hasta de brindarle comida y zacear su sed, mientras que el 65% manifestaron que ayudan a los animales pero no son constante.

¿Que tipo de fauna domestica atienden?

El 100% de las voluntarias respondieron que ellas ayudan a todo tipo de animal desde el más pequeño hasta el más grande, ellas manifestaron que sienten un deber con los animales y por ende nunca dejaran de hacerlo

GRAFICA N·8 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Que tipo de fauna domestica atienden?



En la grafica N·8 se observo que el 100% de las voluntarias respondieron que ellas ayudan a todo tipo de animal desde el más pequeño hasta el más grande, ellas manifestaron que sienten un deber con los animales y por ende nunca dejaran de hacerlo.

¿Qué piensa usted sobre las enfermedades propagadas por los animales?

El 100% de las entrevistadas expusieron sentirse preocupada porque hay muchos dueños de mascotas que no tienen ningún interés de cuidarlos, entre estos cuidados están:

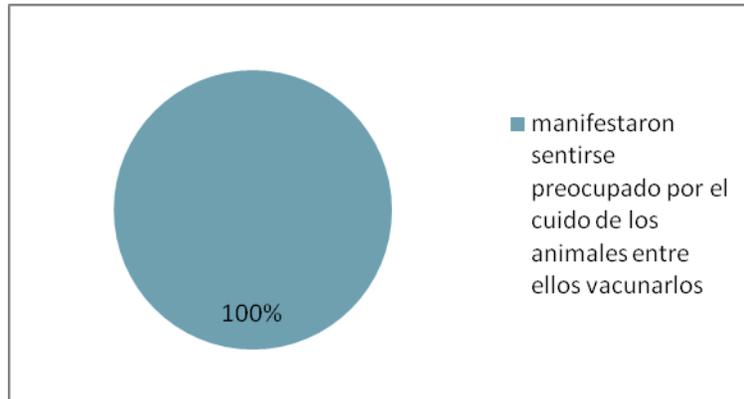
- Vacunarlos y llevar el control de todos los movimientos de los animales.

Estas vacunas protegen al animal de contagiarse con alguna enfermedad y por ende contagiar a la población humana, ya que hasta ahora existen 225 enfermedades conocidas y otras que ni siquiera saben su nombre.

Por eso ellas llaman a la concientización de cuidadores y dueños de mascotas.

GRAFICA N.9 LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Qué piensa usted sobre las enfermedades propagadas por los animales?



En la grafica N.9 se observo que el 100% de las entrevistadas expusieron sentirse preocupada porque hay muchos dueños de mascotas que no tienen ningún interés de cuidarlos, entre estos cuidados están:

- Vacunarlos y llevar el control de todos los movimientos de los animales.

Estas vacunas protegen al animal de contagiarse con alguna enfermedad y por ende contagiar a la población humana, ya que hasta ahora existen 225 enfermedades conocidas y otras que ni siquiera saben su nombre.

Por eso ellas llaman a la concientización de cuidadores y dueños de mascotas.

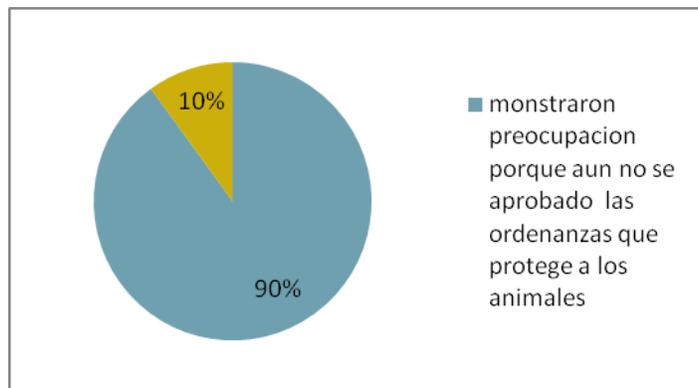
¿Qué piensan ustedes en que todavía no se a probado las ordenanzas que introdujo la fundación “adóptame cumana”?

El 90 % respondieron de la siguiente manera: Nos sentimos muy mal porque si no aprueban estas ordenanzas los animales seguirán desprotegidos aunque ya se allá aprobado la ley para la protección de la fauna domestica libre y en cautiverio debe existir el ente municipal que la regule y que puedan hacer valer los derechos de los

animales y tengamos donde dirigirnos a formular una denuncia, mientras que el 10% no mostraron ninguna preocupación acerca del tema.

GRAFICA N·10LA CUAL SE DERIVO LA SIGUIENTE PREGUNTA:

¿Qué piensan ustedes en que todavía no se a probado las ordenanzas que introdujo la fundación “adóptame cumana”?



En la grafica N·10 se observo que el 90 % respondieron de la siguiente manera: Nos sentimos muy mal porque si no aprueban estas ordenanzas los animales seguirán desprotegidos aunque ya se allá aprobado la ley para la protección de la fauna domestica libre y en cautiverio debe existir el ente municipal que la regule y que puedan hacer valer los derechos de los animales y tengamos donde dirigirnos a formular una denuncia, mientras que el 10% no mostraron ninguna preocupación acerca del tema.

De forma general, el análisis obtenido de las entrevistas aplicadas a la población objeto de estudio revela que el 80 % del voluntariado muestra preocupación por el bienestar de los animales que habitan en la ciudad de Cumaná. Es un problema que trae como consecuencia la desatención de dichos animales y que afectan directamente a la sociedad. Igualmente, sugieren la mayor atención y protección para que estos no sean vectores de enfermedades.

4.2. Diagnóstico Estratégico.

Por Albert Humphrey “el análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados”.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

- Con respecto a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas estas se definen como:
- Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
- Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.
- Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Para realizar el análisis FODA se requiere de un análisis del impacto interno y externo el cual ayuda a determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio. Este análisis permite a la empresa formular acciones estratégicas para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades y superarlas, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.

Por lo tanto, la aplicación FODA inicia con una hoja de trabajo FODA que permite examinar la información necesaria y propicia para el desarrollo del análisis de la situación. Posteriormente, el Análisis FODA suministrará excelente referencia para la toma de decisiones e implantación de acciones y medidas correctivas. Por Albert Humphrey.

A continuación se presenta el análisis FODA orientando a evaluar las perspectivas para el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.

En primera instancia se presenta la hoja de trabajo de análisis interno y externo (ver tabla N°1) en la que se identifican las debilidades y fortalezas de la propuesta del centro. Luego, se presentan las oportunidades y amenazas.

Una vez identificados los elementos que facilitan la construcción de la FODA, se presenta la Matriz FODA (ver tabla N° 1) con sus respectivas acciones estratégicas que permiten evidenciar la viabilidad de la propuesta de un centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana en la ciudad de Cumaná en el estado Sucre.

Las empresas que ingresan en el mercado deben identificar tanto los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) que

posee el mercado al que ésta incursionando, elaborando una matriz FODA; instrumento beneficioso que permitirá diseñar planes de acción cuyo principal objetivo es facilitar el proceso de toma de decisiones al momento de presentarse alguna eventualidad.

Para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), la nueva empresa debe considerar aspectos como las acciones que tome la competencia, disposiciones gubernamentales, tendencias sociales, económicas y culturales, entre otras que pudieran afectar el desarrollo del emprendimiento social.

La matriz que prosigue contiene las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del emprendimiento social y señala al mismo tiempo cuales serian las estrategias a utilizar por la gerencia del **centro municipal para atención y protección de la vida animal urbana** para minimizar los riesgos que por alguna razón afecten de forma negativa el buen funcionamiento del centro integral.

CUADRO N°1:MATRIZ FODA

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>DEBILIDAD</p>	<p>AMENAZA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento y profesionales en el área de salud animal. • Pocos centros veterinarios • Bajo nivel cultural y educativo. • No hay concientización humana. • Decaer al no ver resultados a corto plazo. • Falta de Interés de instituciones públicas y privadas, sector educativo de implementar programas de educación. • No se cuenta con infraestructura adecuada para la atención de los animales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la población. • Falta de voluntad política existente en materia de salud pública y bienestar animal. • Ausencia de programas y políticas de gestión medioambiental. • Desconocimiento de las enfermedades que pueden propagar los animales. • Falta de infraestructura y equipos adecuados.
<p>FORTALEZA</p>	<p>OPORTUNIDAD</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios especializados y calificados en el área de salud animal. • Factibilidad social y económica de la propuesta. • Apoyo a proyectos ambientales. • Convenio con fundaciones y asociaciones que prestan servicios a los animales. • Existencia de la ley para la protección de la fauna domestica libre y en cautiverio. • Interés de organismos públicos y privados en el desarrollo del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos y tecnologías. • Empresas dedicadas al servicio de atención y protección de la vida animal. • Recuperar espacios, ambientes limpios, calles limpias, mejor el nivel de vida. • Posibilidad de creación de organizaciones comunitarias. • Regulaciones Nacionales e Internacionales. • Mano de obra económica representada en el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana. • Interés de la comunidad por participar en charlas y eventos que estas fundaciones puedan hacer. • Libre competencia en el sector.

Una vez elaborado el análisis FODA, se desprende de este las siguientes acciones estratégicas:

- Mejorar la imagen del centro municipal de atención y protección de la vida animal a través de los medios de comunicación para campañas publicitarias que fortalezcan la actividad.
- Aprovechar las experiencias de buenas prácticas en ciudades sostenibles en favor de la propuesta.
- diseño de programas de cooperación, formación y capacitación con la finalidad de promover una cultura y ciudadanía con conciencia ambiental mediante convenios con organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales.
- Crear grupos comunitarios encargados de velar, tanto por la correcta y oportuna disposición de los voluntarios como de la atención a los usuarios por el centro de atención y protección animal.
- Conformar mesas ambientales (conformación y articulación en Red) entre comunidad, gobierno y fundaciones dedicada al cuidado de los animales.

4.3. Propuesta para crear un centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.

4.3.1 Exposición de Motivos:

EL CENTRO DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA VIDA ANIMAL

URBANA, prestará un servicio de carácter social y económico con el objeto de crear conciencia en los habitantes de las comunidades de las urbes, convirtiéndose en un ente motivador para la prestación de servicios y atención a los animales.

Este centro de atención y protección de la vida animal garantizará atención y cuidados a la fauna doméstica en las ciudades ya descrita anteriormente en la investigación.

En tal sentido esta propuesta innovadora busca además de minimizar el problema de los animales en condición de indigencia y los que sirven de mascotas, las cuales afectan a los habitantes de la ciudad de Cumaná.

En ese punto, se puede ver una oportunidad de la viabilidad del trabajo que se va a desarrollar.

4.3.2 Aspectos organizacionales de centro de atención y protección animal

Nombre Del Emprendimiento Social:

Considerando que el nombre de dicha estructura organizacional dentro de su presentación, tomaremos para el emprendimiento social el centro de atención y protección animal.

Se eligió dicho nombre porque representa la necesidad que padece los animales, además es original, llamativo y fácil de recordar; abarca el servicio a prestar que es en este caso un centro de atención y protección de la vida animal y urbana, pero por encima de todo es un nombre atractivo y serio lo cual es ideal para el tipo de emprendimiento social que se está proponiendo.

Con la finalidad de resaltar el impulso que guíe la misión del centro, se utiliza dicho nombre ya que representa e identifica la necesidad que tiene los animales y sus dueños de que le presten un servicio de bajo costo.

4.3.3 Misión

Ofrecer la iniciativa de ser un emprendimiento social eficiente para la atención y protección de la vida animal, con una estructura capaz de proteger la vida de la fauna tanto domestica como silvestre; con la finalidad de cubrir las necesidades y de ofrecer un servicio eficiente que permita prosperar como un emprendimiento a contribuir con el desarrollo del estado Sucre.

4.3.4 Visión

Ser el primer centro de atención y protección para animales en todo el oriente venezolano, reconocido en todo el territorio nacional por prestar nuestros servicios y haber contribuido a la creación de una fuerte empresa innovadora. Acatando todos los lineamientos éticos y profesionales, convirtiéndose en la primera empresa de atención y protección para animales en la región.

4.3.5 Valores Corporativos

Los valores corporativos reflejan el compromiso que adquiere cualquier organización a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes, permitiendo la consecución de las metas y el éxito en el mercado de la misma. A continuación se definen los valores que adoptará el centro municipal de atención y protección de la vida animal las cuales reflejaran:

1. Calidad en el servicio que se les valla prestar a los animales y a sus dueños.

2. Responsabilidad a la hora de atender a dichos animales.

3. Honestidad en los procesos que se desarrollen en el centro de atención municipal de atención y protección de la vida animal urbana.

4.3.6 Tipo de Empresa

El perfil de la organización que se consideró para este tipo de emprendimiento fue la de ONG (organizaciones no gubernamentales). Con esta denominación social elegida se busca que la empresa crezca y se expanda hasta lograr consolidarse en el mercado nacional dando su mejor esfuerzo, participando rotundamente en los beneficios.

4.3.7 Símbolo Institucional

El logo del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana, va a estar representada por un perro y un gato que va a significar el sentimiento hacia ellos, detrás unas diagonales que va a significar la fundación o centro que tenemos como objetivo.



FIGURA N°1 DEL CENTRO MUNICIPAL DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA VIDA ANIMAL URBANA.

4.3.8Objetivos Específicos.

- Establecer una empresa con un modelo de servicio encaminado a la atención de los animales.
- Brindar diagnósticos estratégicos al proceso del trato de la atención de los animales en la ciudad de Cumaná, estado Sucre.
- Promover por medio de la responsabilidad social empresarial programas de concientización en la ciudad del maltrato animal.
- Mantener informado al personal del centro en cuanto a técnicas novedosas por parte del trato a los animales tanto domésticos como silvestres.
- Servir a los trabajadores de la empresa un ambiente laboral agradable que les permita realizar sus labores con eficiencia y sobre todo con satisfacción.
- Desarrollar estrategias que permitan ampliar la cobertura prestada a todas las zonas de la Ciudad de Cumaná.
- Iniciar un proceso de expansión que incluya otras zonas del estado, ofreciendo un servicio integral.

4.3.9Estructura Organizativa:

Para EverUzcategui “la estructura funcional, se fundamenta en la naturaleza de las acciones a efectuar y se constituye especialmente por departamentos o secciones, en correspondencia con los postulados de la división del trabajo y de las tareas de una empresa, y se vale de la preparación y las aptitudes profesionales del capital humano en donde puedan alcanzar un superior rendimiento.”

La estructura funcional se emplea, distintamente, en pequeñas, medianas y grandes empresas, donde al frente de cada departamento está un jefe que tiene a su cargo una función establecida y como superior de todos los jefes está un director o

gerente que coordina las tareas de aquéllos conforme al pensamiento, planificación y propósitos de la empresa.

4.3.10 Ventajas:

- Aumenta la capacidad y eficiencia de los jefes por la especialización
- Permite separar las actividades en sus elementos más simples
- Existe la posibilidad de rápida adaptación en casos de cambios en los procesos

4.3.11 Desventajas:

- Dificulta definir la autoridad y responsabilidad de cada jefe en los aspectos que no son comunes
- Se duplica el mando y genera la fuga de responsabilidad
- Se reduce la iniciativa para acciones comunes
- Existen quebrantamientos de disciplina y numerosos conflictos

A continuación se presenta la estructura organizativa del CENTRO MUNICIPAL DE ATENCION Y PROTECCION DE LA VIDA ANIMAL URBANA A (Ver Figura N°13) allí se especifican las distintos departamentos da la empresa.

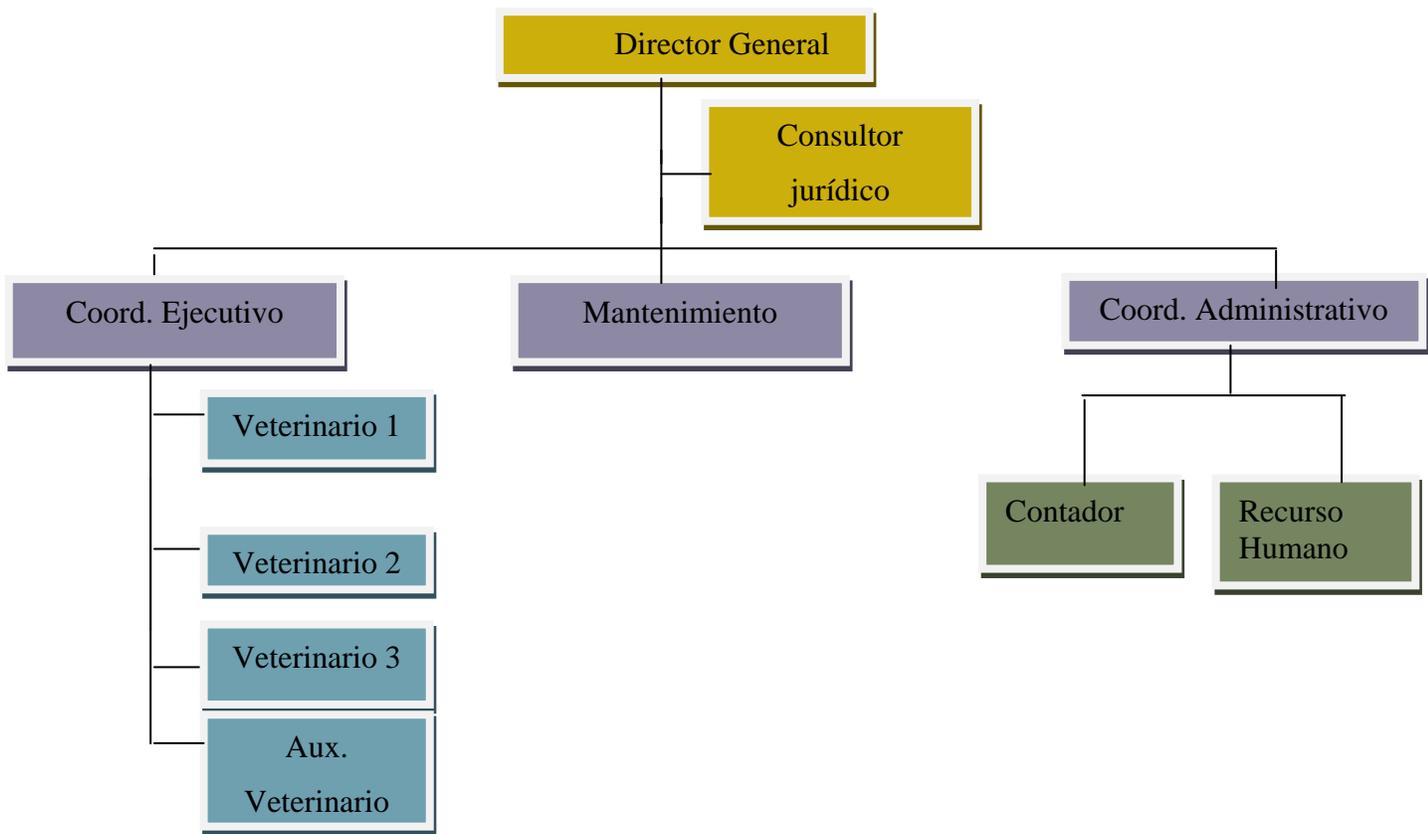


FIGURA N°2 DEL CENTRO MUNICIPAL DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA VIDA ANIMAL URBANA.

4.3.12 Descripción de la Estructura Organizativa:

En el esquema del Centro de atención y protección de la vida animal urbana propuesta podemos ver como será el cuadro de mando del personal que ocuparan los

cargo, los cuales deberán tener una posición definida en la estructura del emprendimiento social, la posición del cargo en el organigrama define su nivel jerárquico, la subordinación y la división donde esta situado.

- Director general: Planear, dirigir, organizar, controlar y evaluar todas áreas y funciones que desarrolle el centro, manteniendo la misión, visión para así cumplir los objetivos y metas del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana .
- Consultor jurídico: llevara toda la parte legal del centro.
- Coord. Administrativo: Realiza labores financieras del centro al igual realiza tramites internos y externo,hace las actividades de recibo y envió de documentos, valores y/o bienes del centro municipal, llevar un control de inventarios también tiene a su cargo los departamentos de contaduría y recursos humanos.
- Contaduría: llevara los libros contables y hará balances para así poder presentar los respectivos pagos que se deben efectuar al gobierno. Presentara las declaraciones de IVA, RENTA y demás declaraciones generadas por las actividades de la misma.
- Recursos Humanos: llevara el registro del personal que labora dentro del centro al igual llevara el control de los sueldos y salarios de los empleados.
- Coord. Ejecutivo: llevara todo el registro de los veterinarios y los empleados que laboren en la misma, al igual tiene a su cargo a un veterinario 1, veterinario 2, veterinario 3 y un auxiliar de veterinario.
- Veterinario: Se encargara de atender a los animales cuando estos presente algún problema con su salud y este tendrá a su cargo a un auxiliar de veterinario.
- Auxiliar de veterinario: este se encargara de ayudar al veterinario (a) en lo que el pueda y poderle asistir cuando este no se encuentre a cargo.

- Personal de Mantenimiento: Se encargara de la limpieza de la oficina y consultorio, como también el buen funcionamiento de la estructura.

4.3.13 Estudio de mercado:

Un estudio de mercado permite identificar claramente las características del servicio que se pretende ofrecer así como ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha; además estudia el comportamiento y condiciones del mercado, proyectando así la viabilidad del servicio.

4.3.14 Estrategias Publicitarias:

La publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción. En esta propuesta se utilizaran las siguientes estrategias publicitarias para dar a conocer el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana y los servicios a ofrecer:

- Creación de una página Web donde se darán a conocer los aspectos más importantes del centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana.
- Uso de medios de comunicación escritos donde se anunciaran los servicios que prestará.
- Convenios con empresas públicas y privadas del estado.
- Plan de concientización a la sociedad.

4.3.15 Estudio Técnico

4.3.15.1 Localización

- **Ubicación física de la planta:**

La empresa estará ubicada en el centro de la ciudad de Cumaná, esta ubicación se encuentran en un punto de fácil acceso por los diferentes corredores viales de la ciudad de Cumaná. Esta zona donde estará ubicado el centro municipal de atención y protección de la vida animal urbana es sumamente poblada ya que posee una gran cantidad de viviendas y edificaciones.

4.3.15.2 Tamaño de la Empresa:

El espacio va estar acorde a la cantidad de animales que se podrán atender diariamente, se espera que la planta contemple lo siguiente:

- Sala de espera
- Consultorio 1
- Consultorio 2
- Quirófano
- Área administrativa

Todo esto en un lote de tierra que mida 8 de ancho x 12 de largo.

4.3.15.3 Servicios a ofertar:

- **Emergencias 24 horas:** Es aquel que se va a encargar de prestarle servicio a la mascota a la hora que se le pueda presentar durante el día cualquier enfermedad o inconveniente.
- **Consultas:** Son citas prevista para un día específico.
- **Vacunas:** Son aquellas las cuales previenen enfermedades a los animales.
- **Albergue:** Es aquel donde la cual pueda rescatar y resguarda aun animal en condición de abandono.

4.4. Plan de concientización a la sociedad:

Desafortunadamente la falta de conciencia de la sociedad no permite tener un buen control sobre los animales; pues no se tiene valor alguno de lo que sufren al maltratarlo tanto física como psicológicamente.; No se muestra ningún interés alguno sobre la salud pública. Muchas personas no tienen conciencia alguna acerca de lo que le pasa en el medio ambiente. Sólo un margen muy reducido de ellas llega a ser conscientes y se preocupan por salvaguardar la fauna animal.

Ahora el problema se extiende hacia las nuevas generaciones que no está recibiendo una buena educación en lo que respecta a la parte ambiental, tanto en las escuelas como en los hogares. Se llega un punto donde los conocimientos atienden a las necesidades de salud, trabajo y otros campos, pero en ningún momento se enseña la importancia de la violencia y el bienestar animal. Todo esto aunado a la falta de

castigo por parte de los entes del Estado, que conducen a la sociedad al incumplimiento de las leyes, y en consecuencia, a la degradación del ambiente.

La concientización de la sociedad es un punto importante en la propuesta de este emprendimiento social. Esta concientización se refiere a la obtención de los conocimientos básicos de ética, moral y civismo por parte de la población, los cuales ayudarán a fomentar una nueva sociedad estable para la convivencia con el medio ambiente. Esta parte de la propuesta resulta es de vital importancia, ya que será el proceso originario de la transformación de la cultura de la sociedad, lo cual llevará a una mejora en todos los ámbitos del trabajo.

Sin embargo, la concientización que se daría sería principalmente a nivel ambiental. Se les enseñaría a las personas, a través de diferentes medios, lo importante que es el cuidado del medio ambiente y de sus seres vivos que habitan en ellos como por ejemplos: los animales, para el desarrollo de las futuras generaciones.

La concientización de la población de la ciudad de Cumaná es de gran importancia para la ejecución de este proyecto, ya que todas las personas son responsables del bienestar de los animales que se encuentra en el medio ambiente. También es importante a nivel del funcionamiento de los "centros de atención y protección animal", ya que la población será la responsable del buen desenvolvimiento de la misma. Es necesario crear conciencia en los futuros miembros de nuestra sociedad para poder salvaguardar el futuro.

CONCLUSIONES

- No existen organismos encargados de regular y hacer cumplir la ley de protección de la vida animal urbana en la Ciudad de Cumana.
- Los animales en condiciones de indigencia representan focos de infección y proyección de enfermedades y afectan el ornato público.
- Se evidencia la participación del voluntariado para la atención de animales indigentes en la ciudad de Cumana, sin embargo sus esfuerzos y radio de acción son limitadas
- No existe control y cooperación de los entes gubernamentales para el control de animales domésticos e indigentes en la Ciudad de Cumana.
- El abuso hacia los animales puede indicar la existencia
- de un problema profundo: los niños que abusan de animales pueden vivir en situaciones de abuso y pueden ser propensos a la praxis de la violencia hacia las personas.
- La crueldad hacia los animales puede ser el único signo visible de una familia donde existe abuso: mientras el abuso suele ocurrir en privado, el abuso hacia los animales suele cometerse de forma abierta.
- Los testigos o víctimas de la violencia hacia los animales y las personas suelen hablar más fácilmente sobre el abuso hacia los animales: esto comienza un diálogo con las autoridades que puede conducir a descubrir al responsable de la violencia a las personas.
- La violencia es violencia: una persona que abusa de los animales no tiene empatía hacia otros seres vivos y tiene el riesgo de generar violencia hacia las personas.
- El sistema judicial que sufre una sobrecarga de trabajo no considera la crueldad animal como una prioridad frente a los casos de asesinato, violación,

maltratos y otros crímenes violentos: el tratamiento eficaz de la crueldad hacia los animales por la policía, fiscales y jueces puede representar la diferencia entre controlar la violencia o dejar que siga creciendo.

- El procesamiento no es suficiente: el tratamiento y monitorización también son cruciales para romper el ciclo de la violencia. Los programas de apoyo psicológico pueden ayudar a reconocer y/o mejorar otras formas de violencia. Los programas innovadores que utilizan la interacción con los animales pueden ofrecer tratamiento a delincuentes juveniles de manera que aprendan a generar empatía, confianza y habilidad para comunicarse de forma no violenta

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los entes competentes sobre el caso de los animales aprobar las ordenanzas que ya están emitidas en esa organización, para así poder hacer valer dichas leyes.
- Se recomienda llevar un control de los animales tanto domésticos como indigentes; esto para evitar enfermedades ocasionados por ellos.
- Se recomienda realizar campañas educativas en asociaciones de vecinos, concejos comunales, comunas, escuelas e institutos, empresas del sector público y privado, entre otros, con el objeto de generar espacios de reflexión sobre la necesidad de mejorar las condiciones ambientales y sanitarias en la ciudad de cumana.
- Realizar un análisis financiero que evalué detalladamente riesgos, costos y beneficio del proyecto contemplando proyecciones relevantes que brinden seguridad financiera al emprendedor para desarrollar, implantar y operar en la ciudad con los servicios.
- Establecer alianzas estratégicas con el objetivo de educar y concientizar a los habitantes de la ciudad de Cumaná.
- Desarrollar investigación en el área de bienestar animal que contemple el estudio y la factibilidad del manejo de asistencia y protección animal.

BIBLIOGRAFÍA

✓ LIBROS DE METODOLOGÍA:

Alexis G. Pérez(2000) Guía Metodológica Para Anteproyectos De Investigación.

Roberto Hernández Sampieri. Carlos Fernández- Collado. Pilar Batista

Lucio.(2007) Metodología De La Investigación 4ta Edición.

✓ LIBROS SOBRE BIENESTAR ANIMAL:

Donald M. Broom, Elisabeth de Fontenay y BirteBroberg(2009)Bienestar animal/ Veterinaria y Zootecnia.

William Reece (2009) Fisiología de los Animales Domésticos. Acribia Editorial.

✓ ARTICULOS DE REVISTA:

Rushen j.; Taylor A.; Pasille A. (1999) Domestic Animals, fear of humans and its

effect on their welfare. APPL. Anim. Beba. Scivol 65 nº 3

✓ MEMORIAS DE CONGRESOS:

Estol L. (1998) Violencia sociedades: o Veterinario como agente detector do Problema. Memorias del I congreso Latino-Americano do Bienestar animal.

Associacao

Humanitaria de protecao e Ben estar Animal

✓ PUBLICACION ON LINE:

Asociación Para la Liberación y el Bienestar Animal:

<http://www.albaonline.org/noticia.php?id=49>

La Fundación Argentina para el bienestar animal

<http://www.fabaonline.com/>

<http://www.claramente.com.ar/64/mascotas.htm>

Leopoldo Estol (1990). Bienestar animal

<http://www.aamefe.org/bienestar.html#top>

Los animales tienen la palabra -

<http://www.es.geocities.com/losanimalestienenlapalabra/DENUNCIAR-MALTRATOANIMAL.htm#ARGENTINA>

✓ BASES LEGALES

Los instrumentos jurídicos aplicables al sector animal en Venezuela son:

- La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.
- Ley Orgánica de Salud.
- La organización de naciones unidas (ONU)
- Ley de protección para la fauna doméstica libre y en cautiverio.

ANEXOS

CUESTIONARIO

- 1) ¿Piensas que los animales han influido en tu vida?
- 2) ¿Qué los motiva a realizar estas actividades?
- 3) ¿Cada cuanto realizan dichas actividades?
- 4) ¿Cuánto tiempo llevas haciendo dicha actividad?
- 5) ¿Cómo ves el efecto de la violencia en los jóvenes hacia los animales?
- 6) ¿Con que frecuencia visita a los animales que están en la universidad de oriente?
- 7) ¿Qué tipo de servicios prestan?
- 8) ¿Qué tipo de fauna domestica atienden?
- 9) ¿Qué piensa usted sobre las enfermedades propagadas por los animales?
- 10) ¿Qué piensan ustedes en que todavía no se a probado las ordenanzas que introdujo la fundación “adóptame cumana”?

HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	Propuesta Para Crear Un Centro Municipal De Atención Y Protección De La Vida Animal Urbana En Cumana Estado Sucre, AÑO 2012.
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Guzmán, Josmarys	CVLAC	16.315.421
	e-mail	ronmar_01@hotmail.com
	e-mail	
Rodríguez, Alfredo	CVLAC	9.901.074.
	e-mail	alfrodri_478@hotmail.com
	e-mail	
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Concepto de bienestar animal, Maltrato a los animales, Conexión entre crueldad animal y violencia humana.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Administración.	Administración Publica

Resumen (abstract):

El bienestar animal y la salud pública es un problema para todas las ciudades que ya no saben que hacer con tantos animales; fuente de propagación de enfermedades que sirven de vectores de las mismas y contaminación ambiental. El incremento de la población y la demanda es cada vez mayor de tenencia de animales en condición de mascotas, por ende se estudian nuevas perspectivas que faciliten la generación de servicios a dichos animales. Este emprendimiento social sirve de esperanza para aquellas personas que tiene un nivel muy bajo y que no tienen la posibilidad de llevar sus mascotas a un centro donde le presten un servicio acorde aun costo no muy elevado. En tal sentido, este trabajo de investigación propone la instalación de un centro municipal de atención y protección a la vida animal en la ciudad de Cumaná, estado sucre. Para ello, se contemplo como diseño el proyecto factible, recolectando información de libros, páginas web, trabajos realizados anteriormente, así como la aplicación de una entrevista semi- estructurada a un número significativo de instituciones gubernamentales como las no gubernamentales y a los voluntarios que hacen vida en la universidad de oriente.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
Delgado Danny	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	10.167.596
	e-mail	Delgado.danny@gmail.com
	e-mail	
	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

Año Mes Día

2012	08	14
------	----	----

Lenguaje: SPA _____

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis-guzmanrodriguez.doc	Aplication/word

Alcance:

Espacial: **NACIONAL** **(Opcional)**

Temporal: **TEMPORAL** **(Opcional)**

Título o Grado asociado con el trabajo: **Licenciado en Administración**

Nivel Asociado con el Trabajo: **Licenciado**

Área de Estudio: **Emprendimiento Social.**

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Letdo el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLAÑOS CUMPELO
Secretario

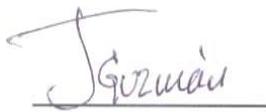


C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/maruja

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso- 6/6

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009) : “los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario para su autorización”.



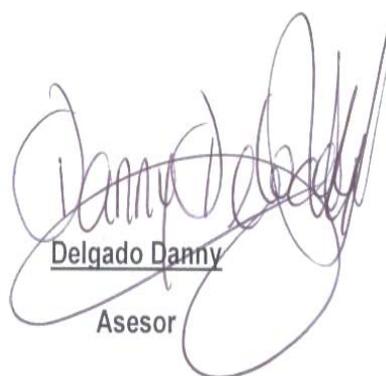
Josmarys Guzmán.

Autor



Alfredo Rodríguez.

Autor



Delgado Danny

Asesor