



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE POSTGRADOS
MAESTRÍA EN MARKETING

TÍTULO:
**PLAN DE MARKETING PARA LA UNIDAD DE RECUPERACIÓN Y
RESCATE ANIMAL DE LA PREFECTURA DEL GUAYAS, DENTRO DEL
CANTÓN DURÁN**

TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PREVIO A
OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN MARKETING

NOMBRE DEL MAESTRANTE:
JULIO JAVIER ZAMBRANO ZAMBRANO

NOMBRE DEL TUTOR
EC. ALBERTO ISAAC GUERRERO NAVIA

SAMBORONDON, MAYO 2017

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.- ASPECTOS GENERALES

1.1.- Resumen Ejecutivo	1
1.2.- Antecedentes.....	2
1.3.- Justificación.....	4

CAPÍTULO II.- ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2.1.- Misión:	6
2.2.- Visión:	6
2.3.- Objetivos Organizacionales.....	6
2.4.- Entorno Interno:	7
2.4.1.- Revisión De Los Objetivos De Marketing.....	8
2.4.2.- Revisión De Las Estrategias De Marketing y Desempeño Actual.....	9
2.4.3.- Revisión De Los Recursos Organizacionales Actuales.....	14
2.4.3.1.- Recursos Físicos o Materiales.....	14
2.4.3.2.- Recursos Mercadológicos.....	15
2.4.3.3.- Recursos Humanos.....	17
2.4.3.4.- Recursos Financieros.....	18
2.5.- Entorno Del Cliente.....	19
2.5.1.- Clientes Actuales y Potenciales	19
2.5.2.- ¿Qué Hacen Los Ciudadanos Con Los Servicios La Unidad De Rescate Animal?.....	20
2.5.3.- ¿Dónde Adquieren Los Ciudadanos Los Servicios De La Empresa?.....	21
2.5.4.- ¿Cuándo Utilizan Los Ciudadanos Los Servicios De La Unidad?	21
2.5.5.- ¿Por Qué Los Clientes Potenciales No Utilizan Los Productos De La Empresa?	22
2.6.- Entorno Externo.....	23
2.6.1.- Entorno Económico.....	23

2.6.2.- Entorno Político.....	24
2.6.3.- Entorno Legal.....	25
2.6.4.- Entorno Tecnológico.....	25
2.7.- Análisis FODA.....	27

CAPÍTULO III.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. La Encuesta.....	30
3.2. Resultados Y Análisis De La Encuesta.....	31

CAPÍTULO IV.- METAS Y OBJETIVOS DEL MARKETING

4.1. Objetivo General.....	49
4.2.- Objetivo Específico.....	49
4.3.- Posicionamiento.....	49
4.4.- Segmentación.....	50
4.5.- Estrategias De Marketing Mix.....	50
4.5.1.-Producto/Servicio.....	50
4.5.2.-Plaza.....	52
4.5.3.-Precio.....	53
4.5.4.-Personas.....	53
4.5.5.-Evidencia Física.....	54
4.5.6.-Productividad.....	54
4.5.7.-Proceso.....	56
4.5.8.-Promoción.....	58
4.6.- Cálculo de Materiales a utilizar	62
4.7.- Presupuesto.....	63

CAPÍTULO V.- IMPLEMENTACIÓN DEL MARKETING

5.1.- Matriz de Cumplimiento Mensual.....	64
---	----

BIBLIOGRAFÍA.....	65
--------------------------	-----------

CAPÍTULO I.- ASPECTOS GENERALES

1.1.- RESUMEN EJECUTIVO

La Unidad de Rescate y Recuperación Animal, conocida por su sigla URRRA, es un programa de la Prefectura del Guayas que se encarga de brindar asistencia veterinaria de forma gratuita a perros y gatos en estado de abandono, esta Unidad cuenta con profesionales veterinarios que se movilizan por toda la Provincia del Guayas. Entre 2014 y 2016, esta Unidad ha dado asistencia veterinaria a un total de 10.463 animalitos (Prefectura del Guayas , 2016).

URRA además de prestar servicios veterinarios a mascotas heridas, atropelladas, abandonadas o en situación de riesgo, les brinda el servicio de recuperación, es decir, traslada a estas mascotas a refugios, donde son tratadas a base de cuidados y medicinas, hasta que la mascota pueda valerse por sí misma, para que puedan estar aptas para una posterior adopción por parte de personas que puedan cubrir sus necesidades de comida, cariño y vivienda.

Esta Unidad de Rescate se diferencia de grupos de rescatistas privados, en que esta Unidad pertenece a un ente público, maneja un presupuesto que le permite realizar actividades que requieren de mayor inversión. Además como entidad pública busca la integración de diferentes actores de la sociedad que deseen participar en actividades encaminadas a buscar el beneficio animal, por lo que en los eventos se invita al mayor número posible de empresas y ONG´s



que deseen colaborar con esta causa.

En las encuestas realizadas en este Plan de Marketing, se determinó que 8 de cada 10 personas de Durán, prefieren adoptar una mascota y no comprar una, lo que nos indica que en el Cantón se han roto esos paradigmas de que los perros de la calle son enfermos, sucios y feroces. Debemos destacar que en proceso de adopción se encuentran perros de todas las razas.

Este Plan de Marketing se realiza con la finalidad de que la Unidad de Rescate URRRA, cuente con herramientas mercadológicas para desarrollar un trabajo efectivo dentro del Cantón de Durán realizando muchos más eventos, pues se determinó que su población es receptiva a los temas de convivencia, buen trato y atención a las mascotas.

Para esto se pondrán a consideración estrategias que permitan a la ciudadanía, conocer la marca URRRA, los servicios ofrece y generar más afluencia de personas a los eventos realizados por la marca para promover con ello una cultura de adopción.

1.2.- ANTECEDENTES

En el año 2013, en una de las carreteras del Guayas fue encontrado un caballo herido, al no contar con veterinarios particulares que se quieran hacer cargo de este animal en cuanto a curación y cuidados, se toma la iniciativa de crear una dependencia dentro de la Prefectura del Guayas que se encargue de los animales heridos en las carreteras, para esto se asigna una camioneta y



personal para atender los casos denunciados dentro de las ocho horas laborales.

En diciembre de 2014 se da un nuevo impulso a este proyecto al incrementar el número de personal rescatista y asignar 1 camioneta adicional a la Unidad, también se llega a acuerdos con otras instituciones de ayuda animal, entre ellas se firma un contrato de colaboración con la Fundación Rescate Animal para que ellos se encarguen de conseguir hogares para las mascotas recuperadas de la calle.



Ilustración 1: Logotipo de la marca URRRA
Fuente: www.guayas.gob.ec
Elaborado por: Prefectura del Guayas

El 2 de junio de 2015, los Consejeros Provinciales resolvieron por unanimidad aprobar la intervención de la Prefectura del Guayas en los casos de recuperación animal, respecto al manejo, control y preservación de la fauna en general, con el objeto de evitar que se propaguen enfermedades y que se evite la generación de focos infecciosos que puedan perjudicar la salud de los



habitantes de la Provincia del Guayas.

En varios municipios se han dado casos que han alarmado al país, en el 2013 por ejemplo, personal del municipio de Santa Elena efectuó un operativo para capturar a perros callejeros por motivo que tenían previsto realizar una competencia deportiva, al día siguiente varios habitantes se dieron cuenta que perros desaparecieron, por lo que varios grupos solicitaron información a las autoridades, sin que estas puedan dar una respuesta satisfactoria sobre este hecho. (Universo, 2013).

Un segundo caso se registró en Loja donde su alcalde comentó que los perros que sean capturados en ese municipio serán sacrificados, por lo que eso generó el rechazo de todo el país, miembros de URRRA fueron invitados a participar inmediatamente en un Foro donde las autoridades de Loja reconocieron que el sacrificio animal no es la solución para tratar la sobrepoblación de la fauna urbana (Guayas, www.guayas.gob.ec, 2016). La captura y posterior eliminación de perros callejeros, es un método destinado al fracaso, ya que actúa sobre las consecuencias y no sobre las causas de la sobrepoblación (Tania, 2009)

1.3.- JUSTIFICACIÓN

Este Plan de Marketing tiene dos objetivos, en primer lugar se requiere crear estrategias para que la marca URRRA sea reconocida en el Cantón de Durán, como una unidad de la Prefectura del Guayas, donde los habitantes



conozcan que pueden acudir a esta institución para reportar algún caso de animales domésticos heridos, atropellados o en severo estado de abandono, también la unidad cuenta con el equipo y el personal necesario para hacer frente a cualquier emergencia veterinaria, conocer los servicios que ofrece esta Unidad y los diferentes eventos que promociona.

Las mascotas no deberían estar en la vía pública pues, además de los conocidos riesgos de ser atropellados o heridos, también corren el riesgo de contraer alguna enfermedad y se conviertan en un medio que pueda contagiar a los seres humanos, entre las enfermedades que pueden ser transmitidas por las mascotas que se encuentran en situación de calle están la rabia, la sarna, toxoplasmosis, entre otras. Los más susceptibles a adquirir infecciones transmitidas por mascotas son los niños y ancianos, personas carentes de cuidados sanitarios e higiene personal, personas inmunodeprimidas de diverso origen como trasplantados, pacientes oncológicos o con tratamiento esteroideal crónico, infección por VIH crónica y propietarios de mascotas que no acostumbran a desparasitarlas o a controlarlas con el veterinario regularmente (Torres, M., s.f.)

Otra razón para hacer esfuerzos por ayudar a darles un hogar seguro a los animales abandonados es que muchos de estos animales al vivir en situación de calle se tornan violentos, lo que trae también riesgo de que estos ataquen a las personas. La mayoría de los casos de abandono y maltrato que se dan en la sociedad son el resultado de que las personas no ejercen una tenencia responsable, la misma que se define como: “La condición en la cual



una persona acepta y se compromete a una serie de derechos, deberes y obligaciones enfocadas a satisfacer las necesidades de su mascota. Así como la prevención del riesgo potencial (agresión, transmisión de enfermedades o daños a terceros) que esta pueda generar a la comunidad o al medio ambiente en el marco jurídicamente pertinente”. (Tania, 2009).

CAPÍTULO II.- ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2.1.- MISIÓN:

Velar por el bienestar animal, social y ambiental a través de la gestión de un programa innovador, responsable y comprometido con el entorno, estructurado en líneas estratégicas y protocolos que permiten la disminución de los factores de riesgo en salud pública.

2.2.- VISIÓN:

Ser una institución modelo a nivel nacional, autónoma y con reconocimiento internacional en promover la tenencia responsable y el bienestar animal en la provincia del Guayas, en otras provincias e incluso en otros países.

2.3.- OBJETIVOS ORGANIZACIONALES:

- Proteger, cuidar y preservar la vida humana expuesta al contacto con los animales en situaciones de abandono o maltratado.



- Sensibilizar y concientizar a la población para evitar actos de violencia o crueldad contra los animales.

2.4.- ENTORNO INTERNO:

URRA cuenta con una oficina en los Galpones de la Prefectura, ubicada en la Avenida Pedro Menéndez Gilbert y Avenida Luis Plaza Dañin, en la cual se cuenta con un Call-Center, suministros médicos, y punto de encuentro del personal veterinario. La Unidad de Recuperación y Rescate Animal cuenta con 2 camionetas para atender las denuncias en los 25 cantones de la Provincia del Guayas, lo que no es suficiente para atender todos los casos denunciados por parte de la ciudadanía.

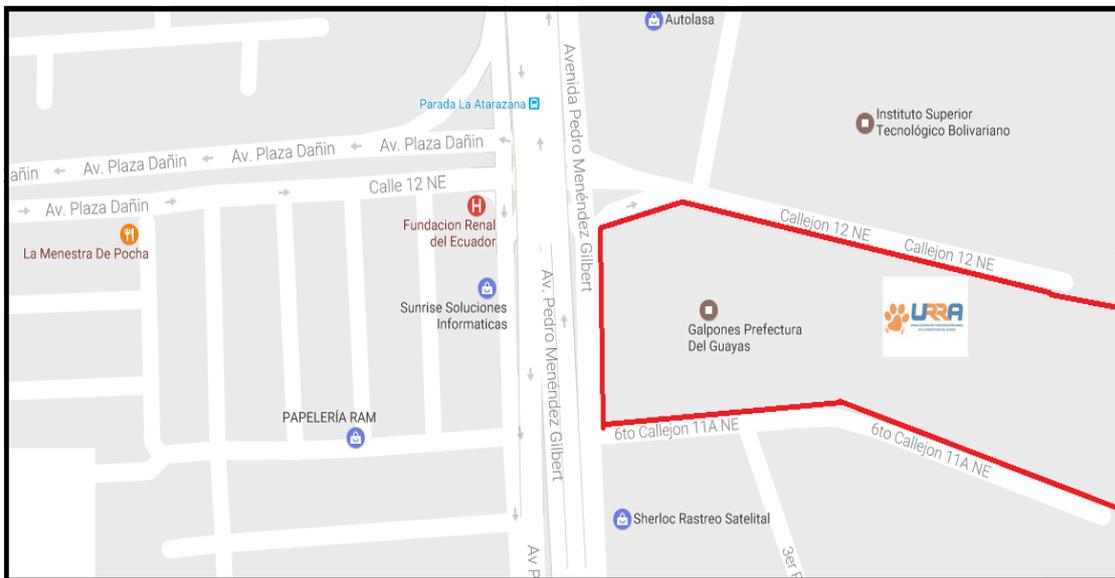


Ilustración 2: Ubicación de las Oficinas de URRA
Fuente: Google Maps
Elaborado: Autor



2.4.1.- REVISIÓN DE LOS OBJETIVOS DE MARKETING

Como se ha indicado, hay dos objetivos que se busca con este Plan de Marketing, que son el reconocimiento de la marca y promover una cultura de adopción en el Cantón Durán.

Reconocimiento de marca.-

La Marca URRRA es gestionada empíricamente, al no existir en la Prefectura un departamento de Marketing que brinde las directrices para la el correcto manejo de la comunicación, estos mensajes se vuelven ineficaces para convocar masivamente al público a los eventos y para promover la adopción de mascotas de URRRA. La marca es conocida por un pequeño sector de la ciudad de Guayaquil, pero en el Cantón Durán donde en el mes de junio de 2017 realizamos encuestas casa por casa (384 hogares) en dos sectores de clase media del cantón, del cual obtuvimos como resultado que el 67% dijo desconocer la existencia de la marca.

Creación de una cultura de adopción.-

Aunque existen muchos casos de éxito en integrar animales a hogares definitivos, la cantidad de animales abandonados que existe en las ciudades, sobrepasa en gran medida a la cantidad de hogares que desean adoptar una mascota de la calle. La realización del presente Plan de Marketing busca dar herramientas a la marca URRRA para que genere la concurrencia masiva de stakeholders a los eventos de adopción que se realizan, para que reconozcan la marca y por supuesto generar el interés de la sociedad por adoptar animales recatados por URRRA.



Según se escribe en la página web de la Sociedad Americana para la prevención de la crueldad en animales, “cuando una persona adopta está comprometiéndose a cuidar un animal por el resto la vida de este, lo que podría ser de 10 a 15 años si es un perro, o 20 años si es un felino” (ASPCA, 2016)

2.4.2.- REVISIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING Y DESEMPEÑO ACTUAL

Comunicación en Redes Sociales y presencia en página web.-

La marca URRA se encuentra en las tres principales redes sociales utilizadas en el Ecuador: Facebook (Urta Guayas), Twitter e Instagram (@urraguayas), en las publicaciones que se realizan de manera frecuente (en promedio tres publicaciones por semana), por lo general se publican fotos de los animales rescatados o de los animales que tienen disponibles para adopción.

Estas redes sociales están manejadas por personal de la Unidad, los mismos que no tienen los conocimientos especializados en crear campañas de atracción y fidelización de seguidores, para estas actividades toda institución debería contar con los servicios de un Community Manager, que es un profesional calificado y preparado en la administración de redes sociales.

- Se puede observar fanpages de fundaciones privadas, como Protección Animal Ecuador (PAE) y Rescate Animal Ecuador (RAE) con muchos más seguidores que su similar URRA, incluso fundaciones de jóvenes



voluntarios como Fundación Camino a Casa tiene muchos más seguidores.

No.	FUNDACIÓN DE RESCATE	NÚMERO DE SEGUIDORES
1	PROTECCIÓN ANIMAL ECUADOR	178.087
2	RESCATE ANIMAL ECUADOR	98.128
3	FUNDACIÓN CAMINO A CASA	63.151
4	URRA	29.693
5	RUNA ECUADOR	27.466

Tabla 1: Número de seguidores en Facebook

Fuente: Facebook

Elaborado: Autor

- **Interacción:**

Otro valor a tomar en consideración para el análisis de la aceptación de nuestra Fanpage es la Interacción que tiene el contenido que es publicado, se puede observar que en una semana por lo general se realizan 3 publicaciones y en el gráfico se puede observar que apenas se alcanzan 174 interacciones.



Ilustración 3: Cuadro de Interacción en la Fanpage

Fuente: Facebook

Elaborado: Facebook

La publicación más destacada de esta semana, según Facebook, alcanzó 45 me gusta, 4 comentarios y fue 60 veces compartido, un número bajo de interacciones totales tomando en cuenta que la Fanpage de URR cuenta con



un poco menos de 30.000 seguidores



Ilustración 4: Ubicación de las Oficinas de URRRA
Fuente: Google Maps
Elaborado: Autor

- En lo referente a páginas webs, varias fundaciones de rescate tienen estructuradas unas páginas webs propias donde actualizan información frecuentemente, por el contrario, URRRA publica sus actividades en la



web general de la Prefectura del Guayas, y no estructura una web independiente donde los visitantes observen solamente actividades de esta Unidad, sino que los mismos tienen que buscar de entre varios contenidos de actividades que realiza toda la Prefectura del Guayas.



Ilustración 5: Portadas de Fanpage de Facebook de dos fundaciones privadas de rescate de mascotas y portada de fanpage de URRRA

Fuente: Facebook

Elaborado: Autor



- Todos los contenidos que se publican en la página web de la Prefectura del Guayas cuya dirección URL es: www.guayas.gob.ec, incluidos los contenidos de URRRA, son gestionados por el departamento de prensa de la Institución, quienes asisten a los diferentes eventos de todas las direcciones y elaboran los boletines de prensa que luego son elevados al portal web en mención.

A los eventos desarrollados por URRRA asisten uno o dos camarógrafos de prensa de la Prefectura que son los encargados de cubrir todo el evento tanto a través de fotografías como de videos.

The image shows a screenshot of the website of the Prefectura del Guayas. The header includes the logo of the Prefectura del Guayas and navigation links for 'Rutas Turísticas en Guayas', 'Himno de la Provincia del Guayas', 'Centro Integral de Equinoterapia', and 'Centro Tecnológico Popular'. There is also a search bar and links for 'Ley de Transparencia', 'Ley de Comunicación', and 'Concurso de Méritos - Contacto'. The main navigation menu includes 'INICIO', 'GUAYAS', 'GOBIERNO PROVINCIAL', 'NOTICIAS', 'AMBIENTE', 'DEPORTES', 'PRODUCTIVIDAD', 'DESARROLLO COMUNITARIO', 'CULTURA', and 'EQUIDAD'. The main content area features a news article titled 'Prefectura presentó su renovada Unidad de Rescate y Recuperación Animal (URRA)'. The article includes a date 'Jueves, 16 de Julio de 2015 14:28', social media sharing buttons, and a photo of Prefecto Jimmy Jairala presenting a dog to Ushay. The article text describes the launch of the renewed URRA unit and the prefect's commitment to animal welfare.

Ilustración 6: Diseño de Página web de la Prefectura del Guayas
Fuente: Prefectura del Guayas (www.guayas.gob.ec)
Elaborado por: El autor



Campaña “Esta Navidad Adopta un animal”

En Diciembre de 2016, por medio de redes sociales, medios de comunicación y publirreportajes, se hizo el llamado a las personas para que participen en la campaña para adoptar una mascota de la Unidad de Rescate de la Prefectura, actividad que se llevó a cabo en el Parque Samanes el día 24, la actividad fue todo un éxito, pues al final de la jornada fueron adoptados más de 20 canes.

2.4.3.- REVISIÓN DE LOS RECURSOS ORGANIZACIONALES ACTUALES

2.4.3.1.- RECURSOS FÍSICOS O MATERIALES

Edificios:

URRA cuenta con una oficina en los Galpones de la Institución, donde se encuentra ubicado el Call – Center, aquí se receptan los pedidos de ayuda de los habitantes de la Provincia y es el lugar desde donde salen las camionetas con los veterinarios y sus asistentes.

Equipos:

- URRA cuenta con medicinas veterinarias, jaulas para mascotas, implementos médicos, correas para mascotas, bozales, etc.
- La unidad cuenta con un moderno sistema de radio comunicación, que sirven para que los miembros de la unidad coordinen de mejor manera las actividades y acciones a realizar.
- También cuenta con una base celular y un número convencional donde los ciudadanos pueden contactarse y reportar alguna novedad, el call –



center recibe diariamente entre 30 a 50 llamadas.

- En este momento la Unidad cuenta con 2 camionetas de la Institución con los logotipos de la marca URRA, las mismas que hace base en Guayaquil, pero se trasladan a los diferentes cantones de la Provincia del Guayas donde se reporte alguna novedad que tenga que ver con el tema animal.
- Equipo médico veterinario: URRA cuenta con 3 veterinarios y cada uno de ellos tiene un asistente de veterinario a su cargo. Este personal actualmente labora en horario de oficina, pero se prevé que uno de estos grupos trabaje en un turno nocturno para poder atender los casos que se reportan después de las horas de oficina.

2.4.3.2.- RECURSOS MERCADOLÓGICOS

Vallas de URRA en diversos lugares de la Provincia del Guayas

Se colocaron en el 2016 un total de 15 vallas publicitarias, 5 de ellas en Guayaquil y el resto repartidas por las diferentes carreteras de primer orden de la Provincia. Estas vallas tratan de crear conciencia entre los habitantes sobre la convivencia responsable con los animales que debe tener cada ser humano.

Entrega de Suvenires en diferentes eventos de la marca:

En los eventos realizados por la Unidad, sean estos al aire libre (campañas de



desparasitación de mascotas o en las ferias de adopción de mascotas) o no (foros, charlas, rueda de prensa, etc.) se entregan al público asistente diferentes suvenires, que incluyen stickers para auto, pulsera, separador, cuadernillo, trípticos, etc., esto con la finalidad de generar recordación y fidelización hacia la marca.



Ilustración 7: Material promocional utilizado en eventos
Fuente: Unidad de Recuperación y Rescate Animal
Elaborado por: El autor



2.4.3.3.- RECURSOS HUMANOS

Urra cuenta con una estructura organizacional de compuesta por 12 personas, donde la Jefa de la unidad es Denisse Caballero, quien tiene a su cargo 2 personas en el Call Center, existen 3 veterinarios, cada uno con su asistente y 3 choferes.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL LA JEFATURA DE LA UNIDAD DE RESCATE Y RECUPERACIÓN ANIMAL

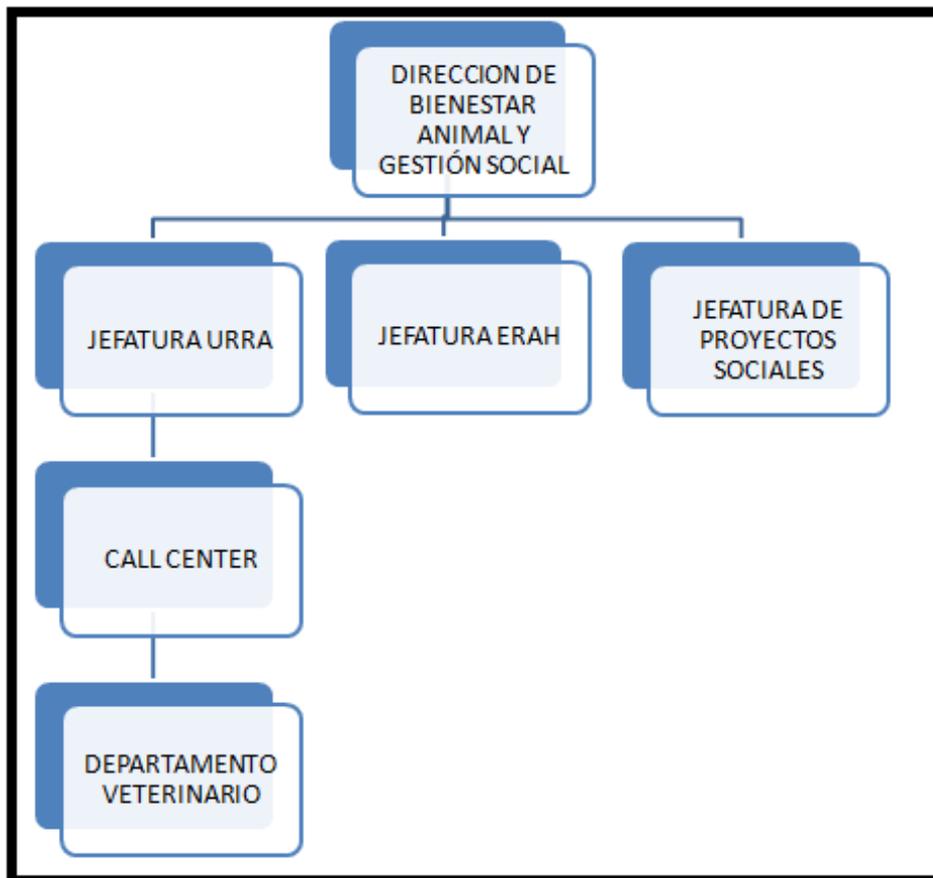


Ilustración 8: Organigrama URRRA
Fuente: Unidad de Recuperación y Rescate Animal
Elaborado por: El autor

Todo el personal de URRRA tiene experiencia en cada una de sus funciones



desempeñadas, los veterinarios y sus asistentes son personas calificadas.

En lo referente a la logística en cada uno de los eventos que la marca realiza, recibe asistencia de otras áreas de la Prefectura como la Dirección de Desarrollo Comunitario que se encarga de movilizar, armar y desarmar las carpas, y la Dirección de Prensa que se encarga de la cobertura de los eventos.

2.4.3.4.- RECURSOS FINANCIEROS

Presupuesto actual:

La Prefectura del Guayas es una entidad pública que gestiona un presupuesto que le es asignado desde el Gobierno Central, que debido a la caída de los precios del petróleo todo el presupuesto del sector público se ha visto afectado. La institución ha tenido que realizar ajustes económicos a la obra pública para poder mantener activas las inversiones que se realizan en el sector social, entre ellos mantener la marca URRA.

El Presupuesto para el año 2017 de la unidad de Rescate Animal es de USD \$100.000, presupuesto que cubre los gastos administrativos, insumos médicos, gastos para la recuperación de las mascotas, gastos operativos en la realización de los diferentes eventos, no se incluyen los gastos de mantenimiento de camionetas, ni combustible, pues este gasto lo asume la Institución.



2.5.- ENTORNO DEL CLIENTE

2.5.1.- CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES:

Clientes actuales:

- Son los habitantes de la Provincia del Guayas, sobre todo los que viven en la zona rural, pues la Prefectura tiene competencias exclusivas en estos sectores. Nuestros clientes demandan de la Prefectura no solamente carreteras, sino que además tienen necesidad de obra social, entre estas actividades la Institución realiza frecuentemente en varios cantones campañas de desparasitación, desratización, fumigación, entrega de agua potable, entrega de toldos, capacitaciones, etc.
- El trabajo de URRRA fue concebido para atender a los animales abandonados que deambulan o se encuentran heridos por las diferentes carreteras. Aunque se atiende también a los animales dentro de la zona urbana.
- Personas que voluntariamente colaboran como tenedores temporales de animales en sus hogares y que conocen que la misión de URRRA es que durante el tiempo que la mascota permanezca en su hogar, deberá obtener los cuidados, medicinas, afecto y todo lo que haga falta para su correcta recuperación.

Clientes potenciales:

- Personas que aún no conocen la marca URRRA, sean éstas tenedoras de mascotas o que no tengan pero que crean que es necesaria la labor de



esta Unidad para rescatar a los cientos de mascotas que se encuentran abandonadas en las calles.

- Personas que tienen conocimiento de la marca y desean ser parte de una sociedad más solidaria con los animales tanto para socorrerlos o advertir a las autoridades para que se hagan cargo de prestar la ayuda necesaria.

2.5.2.- ¿QUÉ HACEN LOS CIUDADANOS CON LOS SERVICIOS LA UNIDAD DE RESCATE ANIMAL?

Las personas que detectan que un animal se encuentra herido en las calles, en completo estado de indefensión, se ponen en contacto con la URRRA a los teléfonos 2290424 – 2281470 ext. 139 o al celular al 098-1694435, para que estos acudan al sitio indicado y procedan a rescatar al animal de la calle donde corre una serie de peligros, según el caso esta mascota será sometida a un tratamiento de recuperación.

URRA también ofrece servicios de desparasitación, vacunación a través de brigadas médicas especiales para perros y gatos, en las cuales se organiza una visita a un sector determinado de la Provincia, donde se tratan más de 100 mascotas en cada una de estas actividades.

En lo referente a adopción, algunas personas asisten por lo general en familia a las “Ferias URRRA”, porque al evento asisten reconocidas figuras de pantalla, cantantes invitados, se realizan desfiles de mascotas, concursos, etc. Obviamente esto se realiza con la intención de que los asistentes al evento



tomen conciencia del trato que merecen las mascotas y sus cuidados, también se realizan por lo general en estos eventos campañas de desparasitación animal. El evento central es la adopción de animales, donde se transmite un pequeño resumen del proceso de recuperación de cada uno de los animales que están para adopción, esperando que entre los asistentes, alguien desee llevarse una mascota a su hogar.

2.5.3.- ¿DÓNDE ADQUIEREN LOS CIUDADANOS LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA?

- Para adquirir los servicios de URRRA como desparasitaciones de mascotas o adopción, las personas deben estar pendientes de los comunicados en redes sociales de cuándo y dónde se realizarán estos eventos, también pueden llamar a consultar el cronograma de eventos.
- Para asistencia a un animal que se encuentre herido en algún lugar de la Provincia la comunidad debe llamar a los números telefónicos de URRRA.

2.5.4.- ¿CUÁNDO UTILIZAN LOS CIUDADANOS LOS SERVICIOS DE LA UNIDAD?

- Los ciudadanos utilizan los servicios ofrecidos cuando requieren que una institución con personal calificado, equipos y recursos se hagan cargo de algún animal doméstico atropellado o necesite ser rescatado de la calle y deba ser puesto en recuperación.
- También los ciudadanos utilizan los servicios de la unidad cuando necesitan información puntual sobre atenciones, cuidados, consejos, o



cuando desean llevar a sus mascotas hacia algún evento de desparasitación de mascotas.

- Cuando asisten a los diversos eventos organizados por la Unidad, en la Feria URRRA los ciudadanos encuentran, además de mascotas aptas para rescatar, diversos emprendimientos como servicios de spa, suvenires, ropa para la mascota, etc. También se ofrecen servicios veterinarios particulares para vacunar, desparasitar y dar un chequeo a la mascota.

2.5.5.- ¿POR QUÉ LOS CLIENTES POTENCIALES NO UTILIZAN LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA?

Por desconocimiento de la existencia de URRRA.- las encuestas nos indican que en el Cantón Durán existe desconocimiento generalizado de la existencia de la marca y de los servicios de ayuda y rescate animal que ofrece. Las personas llaman a otras instituciones, como por ejemplo Municipio cantonal o a una Fundación de rescate animal.

Por indiferencia hacia los animales.- los que conocen que existe URRRA y ven un animal en la vía pública atropellado, por desinterés o falta de tiempo deciden no llamar y reportar el caso a esta Unidad, o las personas que llaman a la URRRA a denunciar un caso y esta unidad al solicitarles que debe permanecer en el sitio hasta que llegue la ayuda, deciden no concretar la misma, pues no pueden esperar el tiempo que le tome al personal de URRRA llegar al lugar.



2.6.- ENTORNO EXTERNO

2.6.1.- ENTORNO ECONÓMICO

- El Ecuador está pasando por un momento de crisis financiera que inició con la caída de los precios del petróleo a nivel mundial y que llegó a su precio más bajo en febrero de 2016 a un poco menos de \$20 el barril. Lo que ha dado como consecuencia que las instituciones públicas, incluida la Prefectura del Guayas, vean recortados sus presupuestos para atender las necesidades de los ciudadanos, URRRA también vio afectado su presupuesto y tuvo que adquirir menos dosis de medicina veterinaria e incluso terminar un convenio de colaboración que tenía con una Fundación de rescate de mascotas privada, que asistía a URRRA en lo referente al Centro de Transito animal y ayuda en temas de adopción.
- Por la crisis económica muchas personas que tienen animales de raza que necesitan comida y atenciones que requieren un desembolso económico muy fuerte, están poniendo en venta sus mascotas o simplemente deben deshacerse de ellas porque ya no pueden mantenerlas.
- La crisis económica ha traído como consecuencia que el desempleo en el Ecuador aumente y las familias recorten sus presupuestos, lo que afecta también a sus mascotas en lo referente a comidas y visitas al veterinario.



2.6.2.- ENTORNO POLÍTICO

- Cada día en el Mundo son más las personas que se declaran ambientalistas y/o animalistas, por lo que los políticos están integrando a sus discursos temas ambientales y de cuidado animal, e integran a sus agendas planes que satisfacen esos requerimientos de sus electores. En Ecuador estos cambios son cada vez más latentes, hay una conciencia social de cuidado y buena convivencia con los animales. Una muestra clara es la consulta popular donde en varias regiones del país se votó a favor de eliminar las actividades donde se lleve a cabo maltrato animal, como las corridas de toros y peleas de gallos.
- Los municipios del país al tener la competencia del cuidado animal en cada una de sus ciudades, están creando nuevas normativas y actividades que protegen a los animales. Los Municipios anteriormente quitaban de las calles a los animales abandonados y si el dueño no lo reclamaba en un periodo de tiempo determinado le daban muerte al animal. Ya estas prácticas no están vigentes y los municipios deben optar por campañas de esterilización de mascotas para terminar con el problema de la sobrepoblación animal en las calles. La matanza ofrece sólo una solución aritmética al problema de la sobrepoblación, ya que cada animal sacrificado reduce sólo en un ejemplar la población total. (Tania, 2009).
- Podría volver a plantearse la aprobación de una Ley exclusiva para el



buen trato animal, pues muchos grupos e instituciones insisten en poner en vigencia el proyecto denominado Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA), que otorga muchos más derechos a los animales que lo incluido en el Código Orgánico Integral Penal (COIP).

2.6.3.- ENTORNO LEGAL

- La constitución de 2008 fue la primera en otorgar derechos a la naturaleza.
- Por medio de una consulta popular la sociedad ecuatoriana aprobó la regulación de los espectáculos que involucran animales.
- El tratamiento de la denominada Ley LOBA (Ley Orgánica de Bienestar Animal) que finalmente algunas de sus propuestas fueron incluidas en el Código Orgánico Integral Penal y en la Ley de Defensa Animal, por lo que se puede esperar que la nueva Asamblea siga integrando en las leyes aspectos de protección animal.
- El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en su artículo 54, letra r, da la potestad a los Gobiernos Autónomos Descentralizados para crear las condiciones materiales para la aplicación de las políticas integrales y participativas, en torno a la regulación del manejo responsable de la fauna urbana.

2.6.4.- ENTORNO TECNOLÓGICO

- Según cifras de la Fundación Affinity, en España el 20% de los animales que recogen en la calle son devueltos a sus dueños, gracias a un micro



chip implantado en estos animales. Esta tecnología podría aplicarse en el país, pues la mayoría de los perros que se encuentran en la calle si tienen dueño.

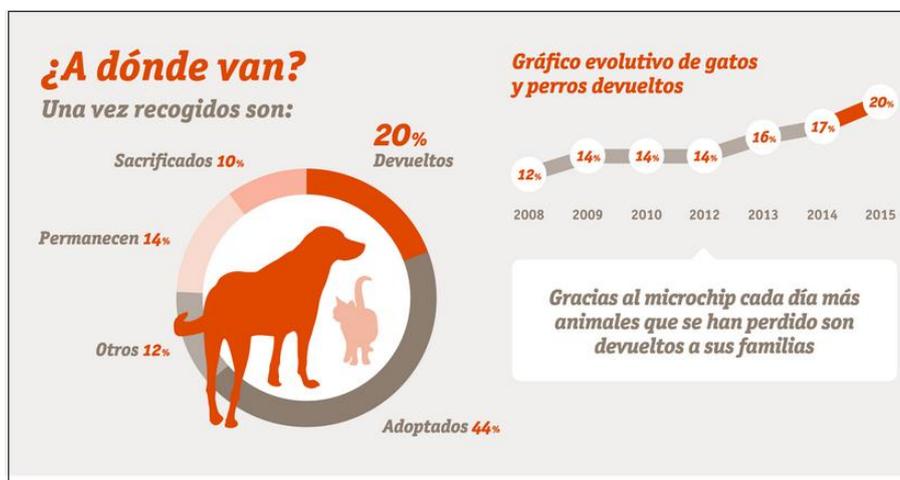


Ilustración 9: Infografía del Estudio de la Fundación Affinity
Fuente: <http://www.fundacion-affinity.org/observatorio/infografia-estudio-de-abandono-y-adopcion-2016>
Elaborado por: Fundación Affinity

- Las Redes Sociales ayudan a comunicar al público las diversas actividades, eventos, desparasitaciones y esterilizaciones que diversos grupos animalistas realizan, también en las redes sociales se difunde cuáles son los animales que se encuentran aptos para ser adoptados.
- Por medio Whatsapp las personas están comunicando a sus contactos cuando se ha extraviado una mascota o difunden videos si son testigos de una escena de maltrato animal.



2.7.- ANÁLISIS FODA

Fortalezas:

- La unidad cuenta con la ayuda de varias fundaciones y voluntarios de rescate animal, como Protección Animal Ecuador (PAE), Panadería Canina, Yo Amo Animales, Rescate Animal Ecuador, Jóvenes Rescatando Huellitas, Grupo Independiente de Voluntarios animalistas (GIVA), y otras instituciones y marcas del ramo como Canito Spa, Olimpia Mascotas, Procan, Campo Feliz (Cementerio de Mascotas). Estos grupos son invitados a participar de las Ferias que realiza al aire libre URRRA.
- URRRA cuenta con el personal veterinario idóneo para atender todo tipo de emergencias.
- La prefectura del Guayas crea una nueva oficina en la Prefectura llamada ERAH (Oficina de Estudios de la Relación entre Animales y Humanos), donde se realizan estudios frecuentes sobre maltrato, adopción, convivencia de animales y humanos, etc. Esta oficina complementa la labor de URRRA.

Oportunidades:

- Cada día existe más conciencia sobre el trato ético que las personas deben dar a los animales.
- Crear acuerdos interinstitucionales y coordinar trabajos de adopción, rescate, salud de mascotas en la Provincia del Guayas, incluso en otras



provincias del país.

Debilidades:

- La Unidad cuenta únicamente con 2 camionetas que se vuelven insuficiente para trasladar a las decenas de animales que son reportados diariamente por toda la provincia del Guayas, diariamente se reportan entre 30 y 50 casos, la capacidad de URRA permite atender unos 20 a 25 casos diarios.
- URRA no cuenta con oficinas fuera de la ciudad de Guayaquil, cuando se reportan casos en otros cantones las camionetas tardan mucho tiempo en llegar al sitio donde se requiere dar asistencia, en estos casos se pone en riesgo la vida del animal.

Amenazas:

- El 2019 podría elegirse a un nuevo prefecto del Guayas, el mismo que podría decidir eliminar la Unidad de Rescate y Recuperación Animal.
- Que por falta de recursos o crisis económica muchas empresas privadas o personas naturales que colaboran con URRA con productos y servicios gratis o con descuentos dejen de hacerlo.



CAPÍTULO III.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se ha definido como población objetivo al Cantón Durán, que según el Censo 2010 cuenta con una población de 235.769 habitantes. Las encuestas las realizamos en 2 sectores identificados como de clase media y alta, visitamos casa por casa en las calles principales, y entrevistamos a un integrante de la familia.

- **Metodología:** Cualitativa – Cualitativa
- **Población:** 235.769 habitantes (CENSO 2010)
- **Nivel de Confianza:** 95%
- **Porcentaje de error:** 5%
- **Distribución de las respuestas:** 50%
- **Tipo:** Encuestas

Fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

- **Target:** hombres y mujeres mayores de 18 años, habitantes de las ciudadelas Primavera 2 y Abel Gilbert, con nivel socio económico medio y alto.
- **Muestra:** 384 encuestados



3.1. LA ENCUESTA

Nombre: _____ Edad: _____
Cantón: Eloy Alfaro – Durán Sector: Abel Gilbert / Primavera 2

- 1) **Indique su nivel de estudios:**
1.a) Bachiller completo o inferior 1.b) Estudios superiores al bachillerato
- 2) **¿Existen actualmente mascotas en tu hogar?**
2.a) SI 2.b) NO ¿Cuántas?: _____
- 3) **¿Recuerda alguna publicidad de la marca URRRA por medios impresos, radio o televisión?**
3.a) SI 3.b) NO 3.c) No estoy seguro
- 4) **¿A qué Institución Pública cree usted que pertenece la marca URRRA?**
4.a) Municipio de Guayaquil 4.b) Municipio de Durán
4.c) Prefectura del Guayas 4.d) Desconozco
- 5) **¿Ha adoptado usted o alguien en su hogar algún animal de la calle?**
5.a) SI 5.b) NO
- 6) **¿Conoce algún familiar o amigo (en la Provincia del Guayas) que haya adoptado algún animal de la calle?**
6.a) SI 6.b) NO 6.c) DESCONOZCO
- 7) **¿Ha escuchado sobre las Fundaciones de Rescate Animal en el Ecuador?**
7.a) SI 7.b) NO
- 8) **Considera que le gustan a usted.....:**
8.a) Los perros 8.b) Los gatos 8.c) Ambos 8.d) Ninguno
- 9) **¿Considera usted que es preferible tener una mascota de "raza"?:**
9.a) SI 9.b) NO 9.c) ES INDIFERENTE
- 10) **¿Desearía usted ingresar al programa de hogares temporales de mascotas URRRA?**
(Deberá usted proporcionar comida y cuidados a la mascota. El tiempo de permanencia temporal es de 3 a 7 días)
10.a) SI 10.b) NO
- 11) **¿Recuerda alguna publicidad o contenido de la marca URRRA por redes sociales?**
11.a) SI 11.b) NO 11.c) No estoy seguro
- 12) **¿Usted prefiere.....?**
12.a) Adoptar una mascota 12.b) Comprar una mascota
- 13) **¿Si tuviera que adoptar una mascota, le gustaría más que fuera.....?**
13.a) Macho 13.b) Hembra 13.c) Es indiferente
- 14) **Indique qué redes sociales utiliza:** **(OPCIÓN MÚLTIPLE)**
14. a) Facebook 14.b) Twitter 14.c) Instagram



3.2. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

1) Indique su nivel de estudios:

	TOTAL	PORCENTAJE
1ª.- Bachiller completo o inferior	210	55%
1b.- Estudios superiores al bachillerato	174	45%
TOTAL DE ENCUESTADOS	384	100%

Tabla 2.- Nivel de estudios de los encuestados
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El Autor

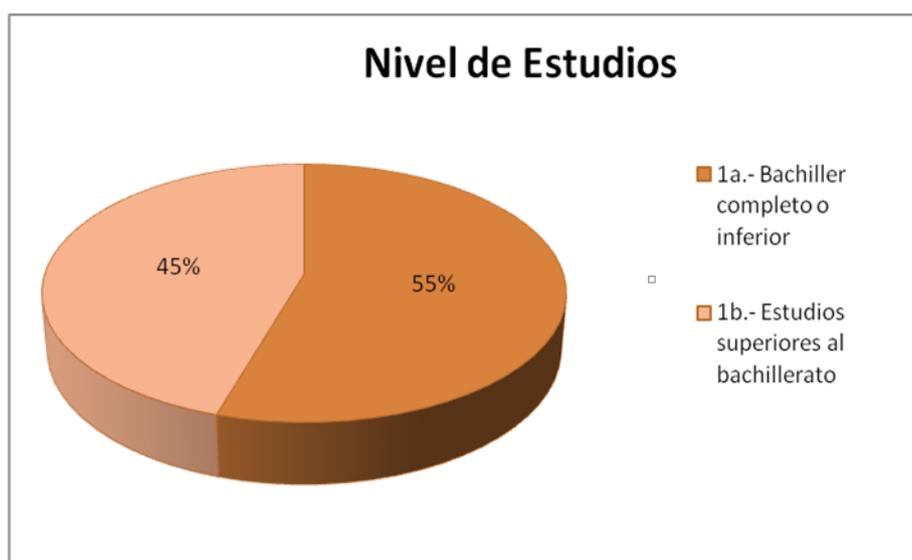


Gráfico 1.- Nivel de estudios de los encuestados
Elaboración: El autor

Análisis: Esta pregunta fue considerada fundamental para determinar si las personas con un nivel superior de estudios, tienen más conciencia en lo



referente a adopción de animales y si tienen preferencia en tener una mascota de “raza” antes que una mascota mestiza. En este sentido hemos analizado la relación de esta pregunta 1 con las preguntas 5 y 12, que hacen referencia al tema.

- **Relación con la pregunta 5:** De las 210 personas que contestaron no tener estudios superiores al bachillerato, 106 han adoptado mascotas, es decir el **50,47%**. Y del grupo de 174 personas que dijeron tener estudios superiores al bachillerato, 109 han adoptado mascotas, es decir el **62,64%** han adoptado. Es decir, las personas con estudios superiores al bachillerato tienden a adoptar según esta encuesta un **12.17%** más mascotas en relación al otro grupo.
- **Relación con la pregunta 12:** Deseamos analizar si las personas por su nivel de estudios tienen prejuicios al momento de adoptar animales rescatados de la calle, de las 210 personas con “estudios de bachillerato o menores”, contestaron que 186 preferían adoptar una mascota de la calle antes que comprar, es decir el **88,57% de personas** de este grupo está a favor de la adopción. De las 174 personas con estudios superiores al bachillerato, 150 contestaron que prefieren la adopción, es decir el **86,20%** está a favor de de la adopción. Encontramos una leve diferencia de **2.37%**, lo que indica que los dos grupos no tienen preferencia en tener mascotas consideradas de raza o con pedigrí, sino que aceptarían tener perros mestizos.



2) ¿Existen actualmente mascotas en tu hogar?

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	291	76%
NO	93	24%
TOTAL DE ENCUESTADOS	384	100%

Tabla 3.- Encuestados con mascotas en el hogar
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El Autor

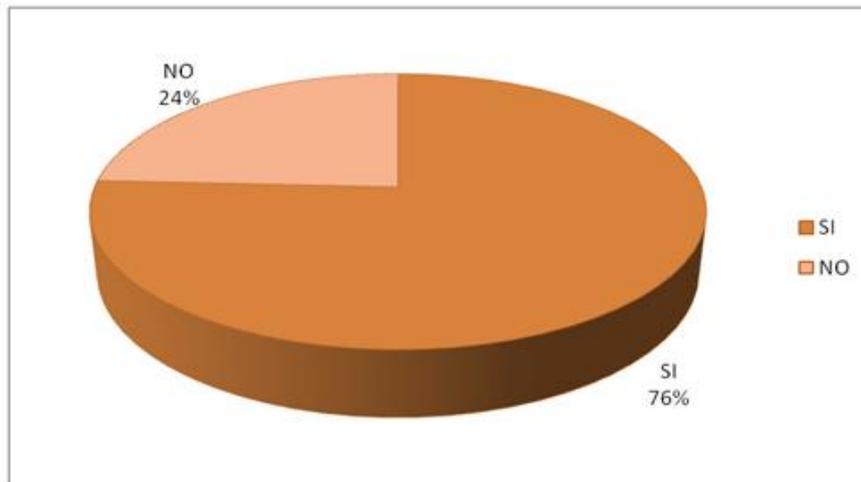


Gráfico No. 2.- Encuestados con mascotas en el hogar
Elaboración: El autor

Análisis: el 76% de las personas encuestadas dicen tener una o varias mascotas en casa, este es un buen indicador que nos permite medir la preferencia que tienen las personas del Cantón por convivir con animales domésticos. Las personas que tienen mascotas en casa son más propensas a asistir a eventos donde se involucren mascotas, tanto si van solos, en familia, incluso hasta acompañados de sus mascotas, por lo que nos muestra que



tendríamos buena aceptación si llevamos una Feria URRRA.

3) ¿Recuerda alguna publicidad de la marca URRRA por medios impresos, radio o televisión?

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	26	7%
NO	319	83%
No estoy seguro	39	10%
TOTAL DE ENCUESTADOS	384	100%

Tabla 4.- Recordación de marca en medios convencionales
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El Autor

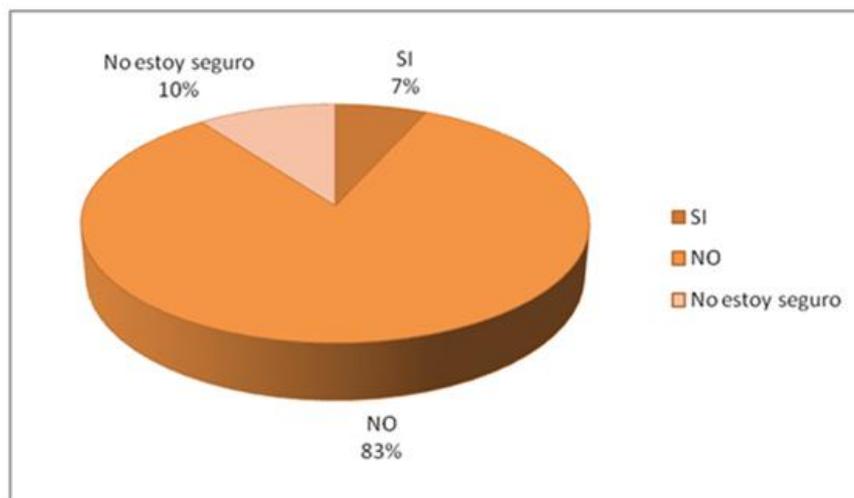


Gráfico No. 3.- Recordación de marca en medios convencionales
Elaboración: El autor

Análisis: Solamente el 7% de las personas contestaron que han visto una publicidad de la marca URRRA en los medios tradicionales de televisión, radio o



prensa escrita. El 83% de los encuestados contestaron que no han visto o no recuerdan haber visto publicidad de la marca, lo que nos indica que se deben realizar estrategia mercadológicas que permitan que la marca sea reconocida. Hacer conocida la marca en estos sectores ayudará a que las personas utilicen los servicios que están a su disposición y que soliciten ayuda en caso de encontrar alguna mascota herida.

4) ¿A qué Institución Pública cree usted que pertenece la marca URRRA?

	TOTAL	PORCENTAJE
4a.- Municipio de Guayaquil	44	11%
4b.- Municipio de Durán	46	12%
4c.- Prefectura del Guayas	38	10%
4d.- Desconozco	256	67%
TOTAL DE ENCUESTADOS	384	100%

Tabla 5.- Identificación de la Institución donde pertenece URRRA
 Fuente: Investigación de campo
 Elaboración: El Autor

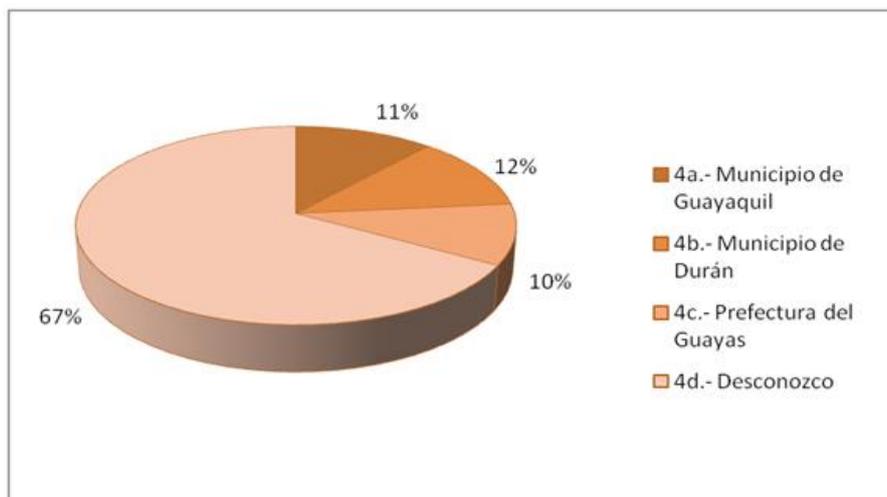


Gráfico No. 4.- Identificación de la Institución donde pertenece URRRA
 Elaboración: El autor



Análisis: solamente un 10% de encuestados declararon conocer que URRRA pertenece a la Prefectura del Guayas, un 23% de personas pensaron que la marca pertenece a otra institución pública (11% Municipio de Guayaquil, 12% Municipio de Durán) y otro 67% dijeron no conocer, ni haber oído nunca acerca de la marca.

5) ¿Ha adoptado usted o alguien en su hogar algún animal de la calle?

	TOTAL	PORCENTAJE
5a.- SI	215	56%
5b.- NO	169	44%
TOTAL DE ENCUESTADOS	384	100%

Tabla 6.- adopción de mascota por parte del encuestado
 Fuente: Investigación de campo
 Elaboración: El Autor

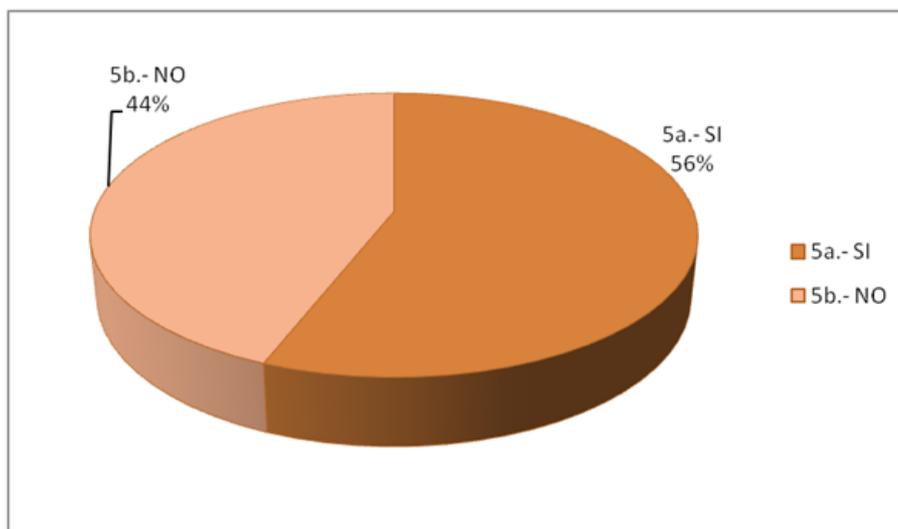


Gráfico No. 5.- Mascota rescatada en el hogar del encuestado
 Elaboración: Autor



Análisis: El 56% de las personas encuestadas, respondieron que han adoptado alguna mascota de la calle, esta pregunta tiene relación con las preguntas 10, 12 y 13 y nos ayuda a determinar si en circunstancias posteriores las personas, estarían dispuestas a adoptar otra mascota rescatada por nuestra Unidad. Las personas comentan que tener una mascota en casa y convivir con la misma los mantiene alegres, por motivo de que estos animalitos se hacen querer y siempre aparecen con alguna ocurrencia, esto tiene relación a un artículo publicado por la revista digital Semana, donde se comenta que *“la presencia de perros, gatos y otros animales de compañía es determinante en el estado de ánimo. Se ha demostrado que tener una mascota es un gran remedio contra la depresión porque su compañía aumenta la sensación de seguridad y protección”* (Semana, 2016).

6) ¿Conoce algún familiar o amigo (en la Provincia del Guayas) que haya adoptado algún animal de la calle?

	TOTAL	PORCENTAJE
6a.- SI	171	45%
6b.-NO	177	46%
6c.- Desconozco	36	9%
TOTAL DE ENCUESTADOS	384	100%

Tabla 7.- Familiar o amigo del encuestado que ha adoptado una mascota

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El Autor



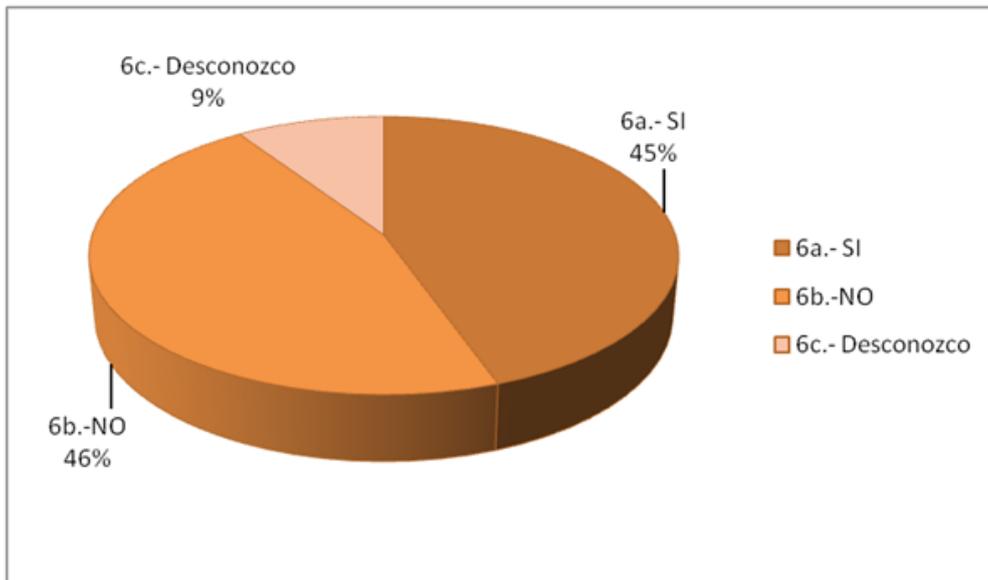


Gráfico No. 6.- Familiar o amigo del encuestado que ha adoptado una mascota
Elaboración: Autor

Análisis: esta pregunta fue importante realizarla porque se determinó que el 45% de las personas tiene algún conocido, entre ellos la mayoría eran familiares que habían adoptado mascotas y nos comentaban el cariño que ese familiar llegó a tener por el adoptado.

Ese conocimiento de que alguien cercano llegó a tener tal apego por un animal de la calle, les hace pensar que los estos animales también pueden darles el mismo grado de apego.



7) ¿Ha escuchado sobre las Fundaciones de Rescate Animal en el Ecuador?

	TOTAL	PORCENTAJE
7a.- SI	337	88%
7b.- NO	47	12%
TOTAL	384	100%

Tabla 8.- Conocimiento de existencia de varias fundaciones de rescate animal

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El Autor

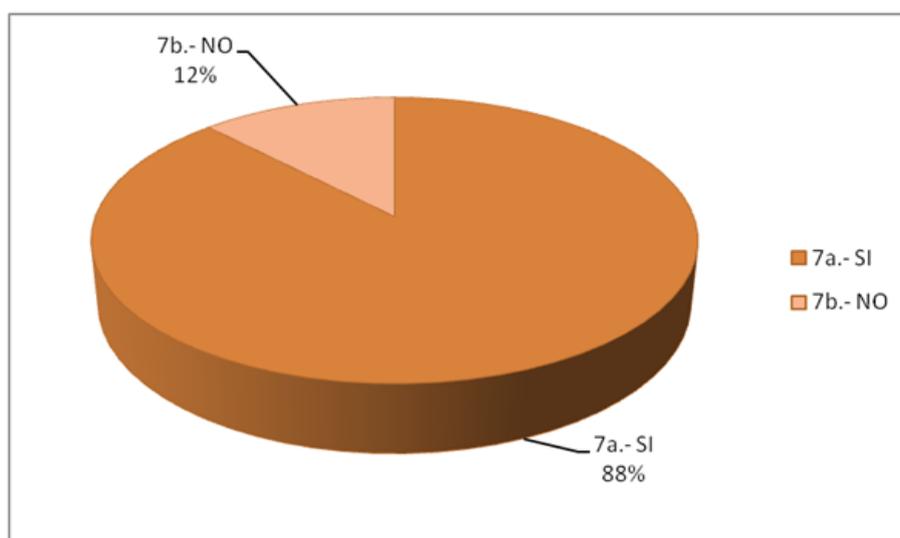


Gráfico No. 7.- Conocimiento de existencia de varias fundaciones de rescate animal

Elaboración: Autor

Análisis: aquí podemos observar que el 88% de los encuestados han oído acerca de fundaciones de ayuda animal en el país y han escuchado del trabajo que realizan a favor de las mascotas, también nos comentaron que es beneficioso para la comunidad que existan entes públicos o privados que



atiendas esta problemática del cantón, pues en Durán se pueden observar a todas horas, mascotas deambulando por casi todos los sectores.

8) Considera que le gustan a usted.....:

	TOTAL	PORCENTAJE
Los perros	207	54%
Los gatos	34	9%
Ambos	121	32%
Ninguno	22	6%
TOTAL	384	100%

Tabla No. 9.- determinando gustos y preferencias del encuestado (perro – gato)
 Fuente: Investigación de campo
 Elaboración: El Autor

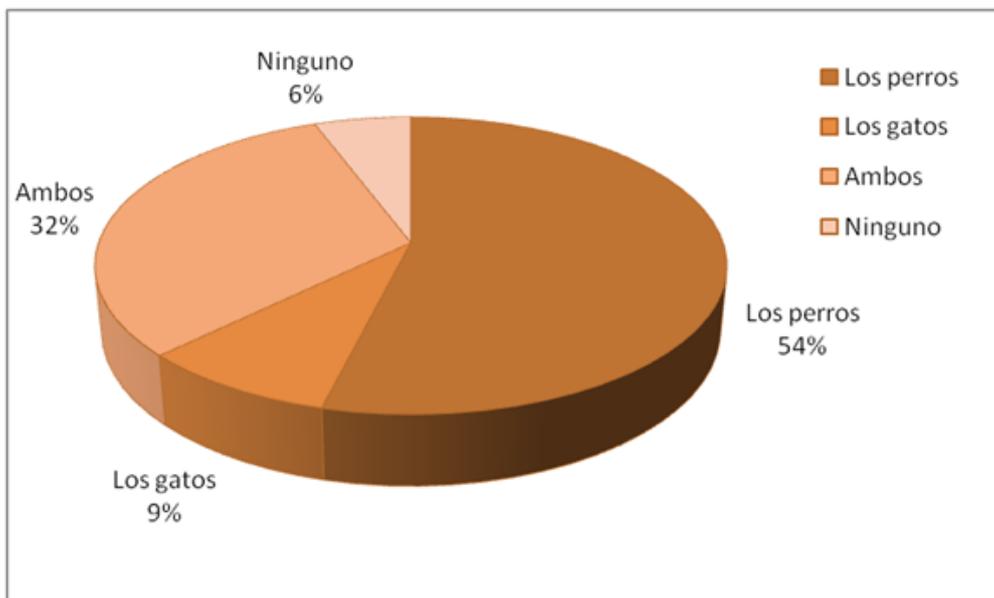


Gráfico No. 8.- determinando gustos y preferencias del encuestado (perro – gato)
 Elaboración: Autor

Análisis: Esta pregunta se la realizó con el objetivo de en caso de organizar



una Feria de Adopciones en estos sectores, conocer con anticipación, qué tipo de mascota tendrían mayor grado de aceptación en la ciudadanía, un 54% de los encuestados comentó que le gustan solamente los perros, un 32% que le gustan perros y gatos por igual y un 9% le gustan solamente gatos. Entre los encuestados a un 6% no le gustan ni perros ni gatos. También si se tiene en mente planificar un desfile de mascotas, por el grado de aceptación de las personas encuestadas determinamos que el desfile debería de ser de mayoría canina.

9) ¿Considera usted que es preferible tener una mascota de “raza”?:

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	62	16%
NO	54	14%
Es Indiferente	268	70%
TOTAL	384	100%

Tabla No. 10.- determinando preferencias del encuestado (mascotas de raza vs. mestizo)
 Fuente: Investigación de campo
 Elaboración: El Autor

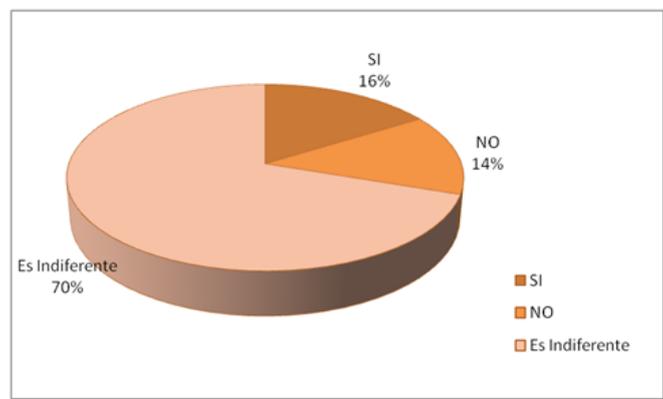


Gráfico No. 9.- determinando preferencias del encuestado (mascotas de raza vs. mestizo)
 Elaboración: Autor



Análisis: muchas personas llegan a pensar que tener una mascota de raza ofrece un mayor estatus social, también llegan a pensar que las mascotas de raza son más saludables o más fáciles de domesticar que una mascota “mestiza”. Esta pregunta se realizó para ver si los habitantes encuestados creen que es mejor tener un animal de “raza”, podemos observar en el gráfico que un 16% dijo que prefería un animal de raza, mientras que un 71% contestó que les es indiferente, y un 14% prefiere una mascota mestiza.

10) ¿Desearía usted ingresar al programa de hogares temporales de mascotas URRRA?

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	41	11%
NO	343	89%
TOTAL	384	100%

Tabla No. 11.- mascotas de raza vs. mestizo
 Fuente: Investigación de campo
 Elaboración: El Autor

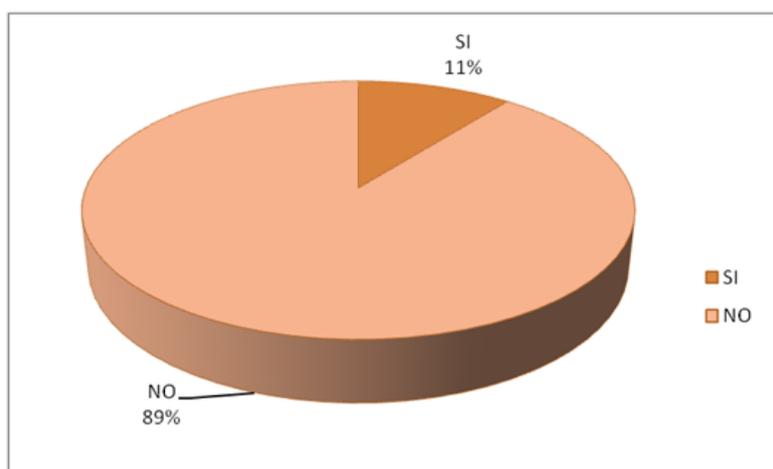


Gráfico No. 10.- mascotas de raza vs. mestizo
 Elaboración: Autor



Análisis: Esta pregunta se la realizó con el objetivo de conocer si las personas podrían colaborar con un espacio en sus hogares para albergar temporalmente a una mascota rescatada, solamente un 11% de las personas contestaron afirmativamente, pero esperamos que por medio de la realización de una adecuada campaña para fomentar la tenencia de animales rescatados, aumentaría la cifra de personas dispuestas a acoger temporalmente o definitivamente mascotas sin hogar. Muchos de los encuestados dijeron que no pueden colaborar, por varios motivos, entre los que están que ya tienen mascotas, por falta de espacio en sus casas o por no poder brindarles tiempo para brindarles los cuidados necesarios.

11)¿Recuerda alguna publicidad o contenido de la marca URRRA por redes sociales?

	TOTAL	PORCENTAJE
SI	32	8%
NO	310	81%
No Estoy Seguro	42	11%
TOTAL	384	100%

Tabla No. 12.- Recordación de marca en Redes sociales
 Fuente: Investigación de campo
 Elaboración: El Autor



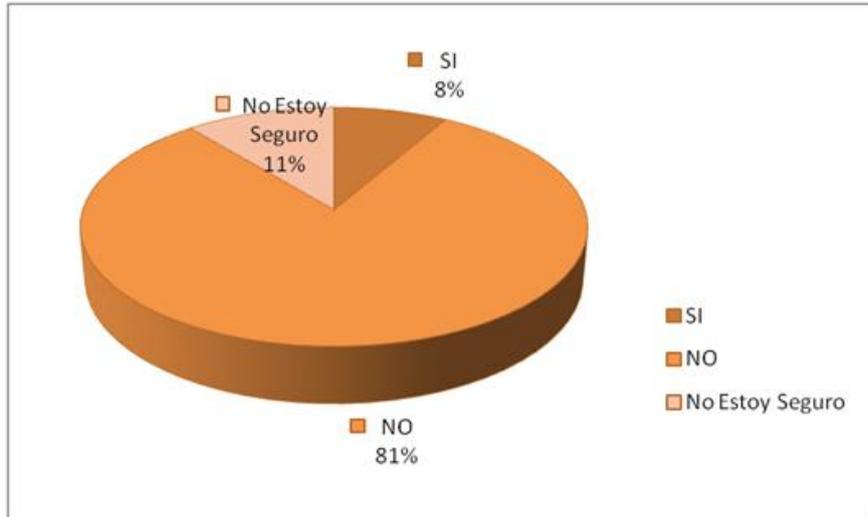


Gráfico No. 11.- Recordación de marca en Redes sociales
Elaboración: Autor

Análisis: La Marca URRRA periódicamente publica contenido en redes sociales de sus actividades, se concluye que los mensajes de la marca no están llegando de manera efectiva a los habitantes del Cantón, recordemos que en los dos sectores donde se realizó la encuesta, por nivel de ingresos la mayoría de las personas tienen acceso a internet desde sus propios hogares y pasan en las redes mucho más tiempo que personas de otros sectores dentro del Cantón, donde ni siquiera llegan los servicios de internet.

Tan solo un 8% de los encuestados dijo haber observado contenido en redes sociales de la marca URRRA.



12) ¿Usted prefiere.....?

	TOTAL	PORCENTAJE
Adoptar una mascota	336	88%
Comprar una mascota	48	13%
TOTAL	384	100%

Tabla No. 13.- Preferencia entre adopción o compra de mascotas
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El Autor

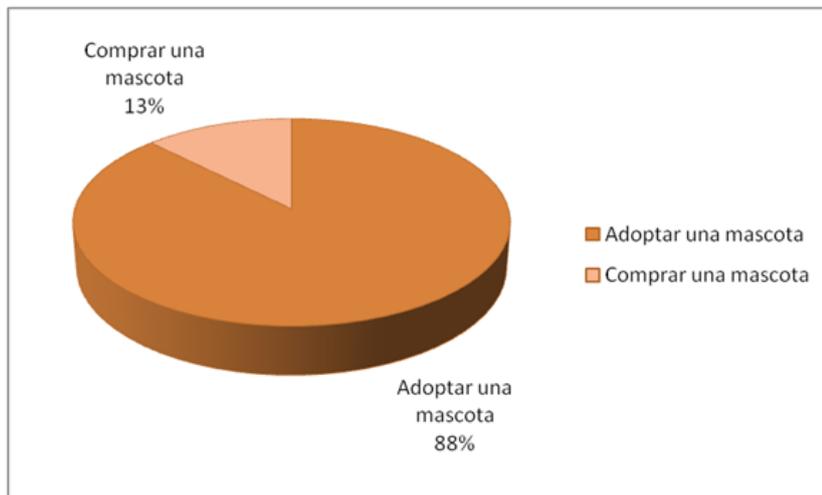


Gráfico No. 12.- Preferencia entre adopción o compra de mascotas
Elaboración: Autor

Análisis: las personas cada vez toman más conciencia sobre los temas ambientales y animales, se observa que un 88% de los encuestados comentó que preferiría adoptar una mascota antes que comprar una. Esto nos muestra que hay posibilidad de encontrar un perro idóneo entre los rescatados por URRRA para que formen parte de un nuevo hogar.



13) ¿Si tuviera que adoptar una mascota, le gustaría más que fuera...

	TOTAL	PORCENTAJE
Macho	162	42%
Hembra	69	18%
No importa	153	40%
TOTAL	384	100%

Tabla No. 14.- Preferencia de adopción: machos o hembras
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El Autor

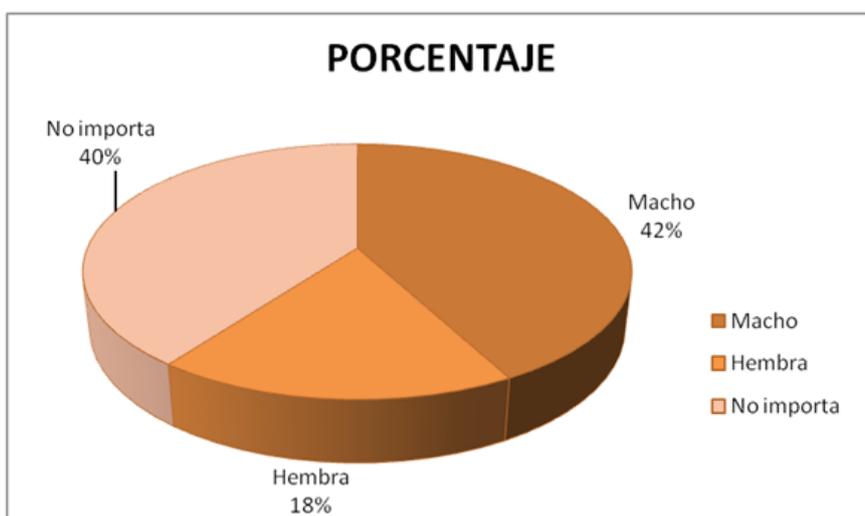


Gráfico No. 13.- Preferencia de adopción: machos o hembras
Elaboración: Autor

Análisis: Un 42% respondió que prefiere adoptar machos este grupo lidera la preferencia en adopción, tan solo un 18% prefiere adoptar hembras, y un 40% es indiferente al sexo de la mascota. El grupo que prefiere machos comenta que se debe a que están preocupados porque a las hembras hay que darle especial cuidado cuando es época de apareamiento, y por luego deben hacerse cargo de las crías.



Lo que desconocen los ciudadanos es que URRRA, así como fundaciones animalistas ponen en adopción hembras que han sido previamente esterilizadas (siempre y cuando la mascota cumpla con la edad para realizar este procedimiento).

Cabe indicar que cuando los machos son esterilizados se vuelven más dóciles y hogareños, se llevan mejor con su nueva “familia humana” e incluso con otros animales de la casa.

14) Indique qué red o redes sociales utiliza: (OPCIÓN MÚLTIPLE)

	TOTAL
FACEBOOK	258
TWITTER	144
INSTAGRAM	183

Tabla No. 15.- Redes sociales utilizadas por los encuestados
Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El Autor

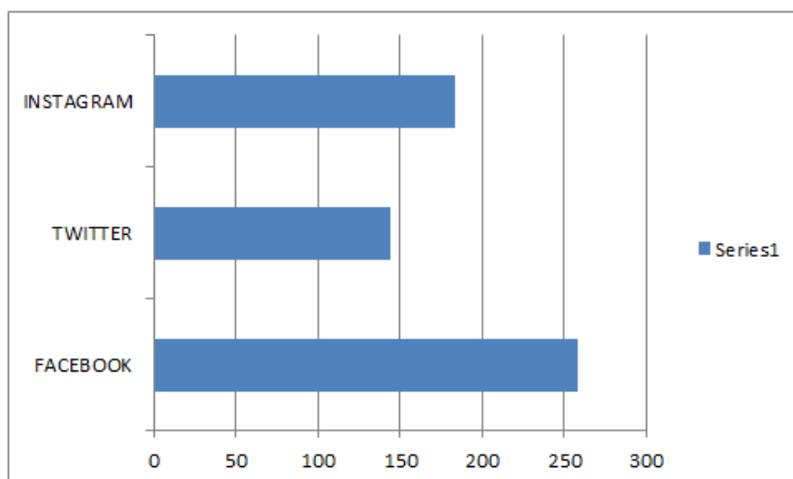


Gráfico No. 14.- Redes sociales utilizadas por los encuestados
Elaboración: El autor



Análisis: De acuerdo a lo manifestado por los encuestados podemos apreciar que de 384 personas encuestadas:

- 258 utilizan Facebook
- 183 tienen Instagram
- 144 utilizan Twitter.

Con estos datos determinamos que debemos crear con mayor énfasis mensajes para Facebook que es la red social más utilizada por los habitantes de Durán, sin descuidar generar contenido para Twitter e Instagram,

La comunicación por este medio es mucho más económica que a través de los medios tradicionales. Recordemos que se determinó en la pregunta 11 que solamente el 8% ha visto por redes sociales contenidos de la marca URRA.



CAPÍTULO IV.- METAS Y OBJETIVOS DEL MARKETING

4.1. OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar un Plan de Marketing para la Unidad de Rescate y Recuperación Animal (URRA) de la Prefectura del Guayas, según las necesidades y deficiencias encontradas en la investigación de mercados, para promover el reconocimiento de la marca y la cultura de adopción entre los habitantes del cantón Durán.

4.2.- OBJETIVO ESPECÍFICO:

- Aumentar en un 15% el reconocimiento de la marca en el lapso de seis meses.
- Sociabilización de la marca a través de realización de eventos al aire libre y uso de redes sociales
- Creación de estrategias informativas que fomenten la adopción de mascotas rescatadas por URRA

4.3.- POSICIONAMIENTO

URRA tiene como finalidad posicionarse como una marca líder en brindar asistencia eficaz y efectiva a animales heridos en diversos lugares de la provincia del Guayas, se debe resaltar que pertenece a una Institución pública y que es dirigida por un prefecto que se preocupa de los temas animalistas que busca concientizar a la población sobre temas de trato ético hacia los animales para la creación de una sociedad más humanista y solidaria.



4.4.- SEGMENTACIÓN:

- Para promover la marca de URRA entre la población de Durán, se han planificado actividades para jóvenes y adultos, sin distinción de nivel socioeconómico, político, religioso específico, intentamos que la marca sea reconocida y que conozcan las formas de contactarse con nuestro personal, para que puedan todos hacer uso de los beneficios sociales gratuitos que se ponen a disposición del público.
- Para la adopción, llevaremos la Feria URRA al Cantón, de preferencia a lugares de clase social media y alta, buscando promover una cultura de adopción entre los ciudadanos.

4.5.- ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

4.5.1.- PRODUCTO /SERVICIO:

Entre los servicios prestados por URRA se detallan los siguientes:

- Rescate de mascotas que se encuentran abandonadas en la calle, principalmente las que se encuentran heridas y en avanzado grado de abandono.
- Charlas a diferentes sectores de la comunidad sobre temas animalistas, para mejorar la convivencia entre humanos y animales
- Ferias de Adopción, donde la ciudadanía se congrega para observar el



trabajo de URRRA, recibir información sobre la problemática animal, participar en concursos. Se utiliza este tipo de ferias para colocar a las mascotas rescatadas en hogares definitivos, donde los adoptantes llenan un formulario donde se comprometen a darle los cuidados necesarios a la mascota.



Ilustración 10: Foto del Desarrollo de la Feria de Adopciones de la Marca URRRA

Fuente: <http://www.guayas.gob.ec/noticiasdc/animales-de-hogar-y-sus-familias-encontraron-juntos-el-espacio-de-atencion-y-diversion-en-expourra>

Elaborado por: Prefectura del Guayas

- Brigadas de Desparasitación de mascotas: este evento se lo hace en diferentes sectores, donde sus habitantes deben asistir a con sus mascotas para que esta obtenga una consulta gratis y dosis de desparasitación por parte del grupo de veterinarios.





Ilustración 11: Foto del Desarrollo de la Feria de Adopciones de la Marca URRRA

Fuente: <http://www.guayas.gob.ec/noticias/animalitos-rescatados-hallaron-hogares-y-mascotas-fueron-vacunadas>
Elaborado por: Prefectura del Guayas

4.5.2.- PLAZA

Los diferentes lugares donde se realizan las diferentes Ferias de Adopciones, son lugares abiertos donde se pueda concentrar el mayor número de personas para que se enteren del servicio que ofrece URRRA a la comunidad, accedan a las diferentes charlas que realizamos y por supuesto para que decidan adoptar una de las mascotas rescatadas. Por lo general se realizan eventos en la ciudad de Guayaquil, ya sea en el Parque Samanes o en el patio principal de El Centro de Convenciones.



Cuando algún ciudadano llama a los números telefónicos de URRRA, se envían a los veterinarios y asistentes a los lugares donde se encuentra la mascota, es en ese mismo lugar donde se le presta la asistencia y los servicios veterinarios.

4.5.3.- PRECIO

Los gastos de la Unidad son cubiertos por el presupuesto que anualmente es asignado por la Prefectura del Guayas, la ciudadanía no incurre en ningún gasto al recibir los diferentes servicios de URRRA.

4.5.4.- PERSONAS

Equipo de Rescate Animal: URRRA cuenta con 3 equipos de Rescate y Recuperación, cada equipo está conformado por 1 veterinario, 1 Asistente y 1 chofer. Cada vez que se recibe un llamado por parte de la ciudadanía para ir a rescatar a una mascota, un equipo sale a atender la solicitud.

Operadores del Call Center: URRRA cuenta con 3 operadores de Call Center, que por medio de números convencionales y un número celular, reciben las denuncias por parte de los ciudadanos de la provincia.

Voluntarios: URRRA cuenta también con voluntarios que prestan espacios dentro de sus casas para albergar temporalmente a las mascotas rescatadas, esto se conoce como “hogares temporales” y la mascota permanece allí hasta que se recupere, estas personas se encargan de darles las medicinas que la mascota necesite para su tratamiento.



4.5.5.- EVIDENCIA FÍSICA

Las personas pueden conocer los servicios que presta URRRA a través de las redes sociales, donde existe contenido de las diferentes labores que realiza la Unidad y ver las mascotas que colocan en adopción.

En varios medios de televisión se han realizado coberturas informativas de la labor y las charlas que realiza URRRA.

En las Ferias Animalistas que realiza URRRA hay varios elementos que hacen referencia a la marca. Hay presencia de Roll Ups, se entregan volantes informativas a los asistentes al evento, se entregan suvenires con el logo de URRRA, etc.

4.5.6.- PRODUCTIVIDAD

URRA para poder cumplir con su misión eficientemente y también ahorrar costos, recibe ayuda y asistencia de varios entes públicos como privados, cuando la ciudadanía reporta algún caso con animales de diferente tipo, se solicita colaboración a otras entidades como por ejemplo los Ministerio de Ambiente, Magap, etc., un reciente caso suscitado de colaboración se llevó a cabo en el rescate de un lobo marino hallado en Daule, donde participó URRRA, Ministerio de Ambiente, la policía de Daule, Municipalidad de Daule. (Universo, 2017)





Ilustración 12: Lobo marino rescatado por diferentes instituciones
Fuente: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/fallecio-el-lobo-marino-rescatado-en-un-recinto-de-daule>
Elaborado por: Diario El Universo

Las organizaciones privadas también aportan con su granito de arena para que la labor de URRRA se lleve a cabo sin incurrir en grandes rubros, los mismos que tendría que incurrir URRRA, por ejemplo, en la construcción y mantenimiento de un refugio animal. Rescate Animal Ecuador, Fundación TEA, ayudan a la Unidad en brindarles un refugio temporal a las mascotas rescatadas, además de brindarles, de forma total o parcial alimentación, cuidados y medicinas.





Ilustración 13: Lobo Arte de una campaña de Adopciones donde URRA trabajó en ayuda de Fundaciones de Rescate

Fuente: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/fundacion-realiza-jornada-de-adopcion-de-perros-y-gatos-rescatados-del-terremoto>

Elaborado por: Diario El Telégrafo

4.5.7.- PROCESO

Este es el proceso con el que URRA realiza sus actividades, se detallan desde el momento en que reciben la denuncia o llamado de auxilio por parte de la ciudadanía, hasta que finalmente se consigue colocar en adopción a la mascota.



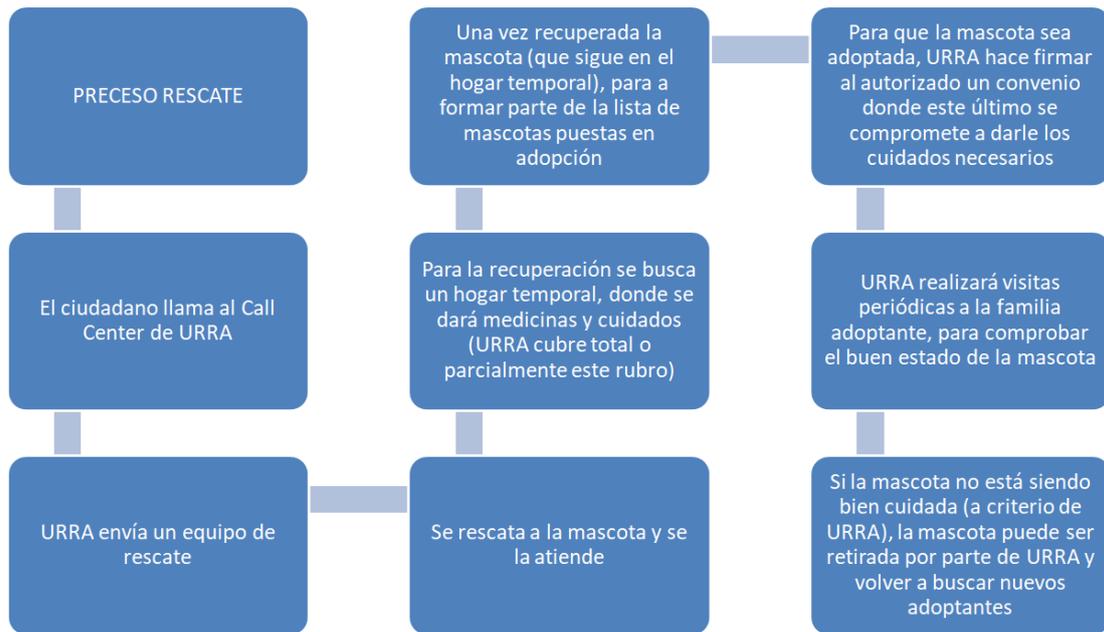


Ilustración 14: Proceso de Trabajo de la Unidad de Rescate y Recuperación Animal
Elaborado por: El Autor

1. El ciudadano llama al Call Center de URRA
2. URRA envía un equipo de rescate
3. Se rescata a la mascota y se la atiende
4. Para la recuperación se busca un hogar temporal, donde se dará medicinas y cuidados (URRA cubre total o parcialmente este rubro)
5. Una vez recuperada la mascota pasa a formar parte de la lista de mascotas puestas en adopción
6. Para que la mascota sea adoptada, URRA junto al adoptante un convenio donde este último se compromete a darle los cuidados necesarios
7. URRA realizará visitas periódicas a la familia adoptante, para comprobar



el buen estado de la mascota

8. Si la mascota no está siendo bien cuidada (a criterio de URRRA), la mascota puede ser retirada por la Unidad y se sigue buscando nuevos adoptantes

4.5.8.- PROMOCIÓN

4.5.1.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING

Se busca promover la marca entre los habitantes del cantón, para esto se proponen las siguientes estrategias:

ESTRATEGIA 1: FERIAS URRRA

- Esta actividad busca promover el reconocimiento de la marca porque se monta una tarima, roll ups, con la marca de la Prefectura del Guayas y la marca URRRA, también se entregan entre los asistentes suvenires y trípticos de la marca.
- Se planea implementar esta actividad en los meses de Enero, Mayo y Octubre, hay que destacar que en Enero y Octubre son las fiestas de cantonización y parroquialización respectivamente. Y en mayo que sería un mes intermedio entre estas dos fiestas locales.



- En estos eventos se utilizan tarimas, carpas, sillas, equipos de audio, mesas y demás equipos de logística, estos implementos están a disposición de cualquiera de las direcciones y su traslado e implementación se la realiza con personal de la Institución, por lo que no genera un gasto en alquiler, al ser materiales propios de la Prefectura.

Lo que si genera costo para URRRA es la compra de suvenires y la impresión de los trípticos, que son entregados a los asistentes del evento. Calculamos entregar en los 3 eventos los siguientes materiales:

- 3000 trípticos URRRA
- 1200 pulseras
- 1200 toma todos
- 2000 stickers para auto

ESTRATEGIA 2: CHARLAS EN LOS COLEGIOS

A partir del mes de mayo hasta diciembre se implementará un plan de visitas a diferentes colegios del cantón, estas exposiciones tendrán una duración de no más de una hora y será desarrollada en un lugar amplio del plantel, sea esto un auditorio, el patio, o similares, pues se llevarán todos los equipos de audio necesarios para que la charla sea escuchada por un gran número de alumnos.

Se colocará 2 roll ups de la marca URRRA y roll ups de la Prefectura del Guayas, se entregarán trípticos con información sobre cuidados responsables



de las mascotas y lectura que fomente la adopción a los asistentes.

Las visitas se realizarán 1 vez al mes, durante los 8 meses planificados, se calcula que cada vista tenga un alcance de no menos de 60 alumnos, por lo tanto en los 8 meses habrán escuchado la charla unos 480 alumnos. Las charlas se enfocan en los temas de trato animal, adopción y cuidados de la mascota.

Calculamos entregar en los 8 eventos los siguientes materiales:

- 2000 toma todos
- 2000 pulseras
- 3000 trípticos
- 2000 carpetas tamaño oficio
- 3000 cuadernillos

ESTRATEGIA 3: ENTREGA DE VOLANTES

Entregar volantes en las principales vías del Cantón Durán, los 5 primeros días laborables de cada mes, por un lapso de 5 meses (ver detalle en la tabla).

Personal de la Prefectura estará a cargo de entregar las volantes.

Un grupo entregará volantes a los conductores en los semáforos y otro grupo se dirigirá de casa en casa entregando volantes.

Calculamos entregar en esta actividad los siguientes materiales:



- 5000 pulseras
- 5000 trípticos
- 5.000 stickers para auto

ESTRATEGIA 4: CONTRATACIÓN DE UN COMMUNITY MANAGER

Se contratará los servicios de un gestor de redes sociales con conocimientos también en diseño gráfico, esta persona será encargada de realizar los artes gráficos que utilizará la Unidad, también estará a cargo de gestionar efectivamente las redes sociales de la marca, para una mejor comunicación con nuestros públicos. Será encargado de presentar un informe mensual de los logros alcanzados en las redes sociales, como por ejemplo el aumento de seguidores, mayores número de interacción del público hacia la marca.

- En esta estrategia no utilizaremos materiales publicitarios ni suvenires.

ESTRATEGIA 5: ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNO

Los empleados de la Prefectura, utilizan un email interno, cuyo dominio es guayas.gob.ec, a través de esta plataforma se envían email de diferente tipos de comunicación interna hacia todos los empleados, URRRA utilizará también esta opción, para comunicar a todos los empleados las diferentes actividades que se han planificado para el mes en curso, solicitando la asistencia de los empleados junto a sus familias.



En todos los pisos de la Institución, se encuentran pizarras informativas, utilizaremos este medio para los temas concernientes a la adopción de mascotas, pues no se necesita implementar dentro de la Institución las estrategias de recordación de marca, pues todos los empleados conocen la labor de URRRA.

- Esta estrategia de marketing interno se la va a realizar durante todo el año y no se requiere suvenires, ni material publicitario

4.6.- CÁLCULO DE MATERIALES A UTILIZAR:

	MATERIALES A UTILIZAR					
	Trípticos	Pulseras	Stickers	Toma Todo	Carpetas	Cuadernillos
Estrategia 1	3000	1200	2000	1200	0	0
Estrategia 2	3000	2000	0	2000	2000	3000
Estrategia 3	5000	5000	5000	0	0	0
Estrategia 4	0	0	0	0	0	0
Estrategia 5	0	0	0	0	0	0
TOTAL	11000	8200	7000	3200	2000	3000

Tabla 16.- Cálculo de Materiales a utilizar durante el año
Elaboración: El autor



4.7.- PRESUPUESTO:

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL
1	PULSERAS DE TELA	8200	0,85	6.970,00
2	TRÍPTICOS	11000	0,08	880,00
3	STICKERS PARA AUTO	7000	0,1	700,00
4	CARPETAS TAMAÑO OFICIO	2000	0,7	1.400,00
5	CUADERNILLOS 70 HOJAS	3000	2,7	8.100,00
6	TOMA TODOS PLÁSTICOS COLOR NARANJA CON LOGO DE 500ML	3200	2,75	8.800,00
TOTAL				26.850,00

Tabla 17.- Presupuesto a utilizar en la implementación de estrategias promocionales.

Elaboración: El autor

El presupuesto a utilizar para las cinco estrategias de promoción de la marca es de 26.850,00 y esto servirá para la adquisición de todos los materiales promocionales deberán ser entregados según lo planificado.



5.- IMPLEMENTACIÓN DEL MARKETING

5.1.- MATRIZ DE CUMPLIMIENTO MENSUAL:

Se ha realizado el siguiente cuadro de actividades tomando en cuenta los diferentes eventos planteados para realizar dentro del Cantón Durán.

Se detalla la Matriz de cumplimiento de las estrategias promocionales a desarrollar y que van de acuerdo con lo propuesto dentro de las p's de marketing.

MES	2018											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
FERIA URRRA												
CHARLAS A COLEGIOS												
ENTREGA DE VOLANTES												
CONTRATACIÓN DE UN COMMUNITY MANAGER												
ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNO												

Tabla 18.- Calendario de eventos a desarrollar en el Cantón
Elaboración: El autor



BIBLIOGRAFIA

1. Web de Oficina de Estudios de Relaciones Animales y Humanos. Recuperado el 16 de marzo de 2017, de <http://www.erah.gob.ec/>
2. Revista Guayas Social (2016), Artículo: «Al Rescate de los amiguitos de cuatro patas», páginas 8-9.
3. Diario El Universo (2013), www.eluniverso.com, Obtenido de: <http://unvrso.ec/0005141>
4. Youtube.com , Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=zBwtStmJYW4>
5. Web de la Prefectura del Guayas, Obtenido de: <http://www.guayas.gob.ec/noticias/foro-educa-esteriliza-y-adopta-planteo-soluciones-concretas-a-cabildo-lojano-sobre-problematika-animal>
6. Fundación Affinity (2017), <http://www.fundacion-affinity.org>, Obtenido de: <http://www.fundacion-affinity.org/observatorio/infografia-estudio-de-abandono-y-adopcion-2016>
7. Semana, (2016), www.semana.com, Obtenido de: <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/beneficios-de-tener-una-mascota/489599>
8. ASPCA (2016), www.aspca.org, Obtenido de: <https://www.aspca.org/adopt-pet/adoption-tips>
9. Botero, Tania. (2009), Revista Colombiana de Ciencia Animal, Vol. 2, No. 2, página 9
10. Torres, M. et al (sin fecha), Recomendaciones para el cuidado y manejo responsable de mascotas y su impacto en la salud humana, Sociedad Chilena de Infectología, página 5.
11. Botero, Tania. (2009), Revista Colombiana de Ciencia Animal, Vol. 2, No. 2, página 11

