

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UNA PISCINA Y SPA PARA PERROS
“EL PARAÍSO CANINO” EN EL SECTOR DE
CUMBAYÁ DE DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, AÑO 2018

Trabajo de investigación para la obtención del Título
de Ingeniero en Administración de Empresas y
Negocios

AUTOR: Pérez Ortiz Helen Nicole

DIRECTOR

Ing. Viviana Cajas

QUITO – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PISCINA Y SPA PARA PERROS EL PARAÍSO CANINO, EN EL SECTOR DE CUMBAYÁ DE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018” presentado por Helen Nicole Pérez Ortiz, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

Quito, 26 de julio de 2018

Ing. Viviana Cajas

DIRECTOR

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Helen Nicole Pérez Ortiz, declaro ser el autor del “Plan de negocios para la creación de una piscina y spa para perros El paraíso canino, en el sector de Cumbayá de Distrito Metropolitano de Quito, año 2018”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 26 días del mes de julio de 2018, firmo conforme:

Autor: Helen Nicole Pérez Ortiz

Firma:

Número de Cédula: 171430119-7

Dirección: Calle Francisca Sinasigchi y Av. Del Maestro

Correo Electrónico: nicol-p@hotmail.com

Teléfono: 0995525644

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Helen Nicole Pérez Ortiz

CI.: 171430119-7

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

APROBACIÓN DE TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ingeniería de Administración de Empresas y Negocios de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,.....2018

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL 1

F.....

VOCAL 2

AGRADECIMIENTO

A Dios.

Por permitirme llegar hasta aquí junto con el apoyo y la compañía de mi familia, por demostrarme que siempre está conmigo y nunca dejarme caer.

A mis padres Nelly y William.

Por siempre confiar en mí, por ser mi más grande apoyo, guiarme en todos mis pasos y por querer protegerme ante cualquier circunstancia, sin ellos nada de esto habría sido posible.

A mis profesores.

Por transmitir siempre de la mejor manera todos sus conocimientos y además inculcar y compartir a los estudiantes buenos valores.

Gracias

DEDICATORIA

A Dios.

Por darme la oportunidad de culminar una de las metas más importantes de mi vida, pero sobre todo por haberme regalado una familia llena de amor y cariño.

A mis padres Nelly y William.

Por ser mi mayor ejemplo, por brindarme siempre un apoyo incondicional y ser mis mejores amigos, gracias a sus consejos y valores han sido la motivación más grande de mi vida.

A mi abuelita Fabiola.

Por ser mi segunda madre y estar presente en los momentos más especiales de mi vida, por enseñarme a ser una chica de bien y demostrarme siempre todo su cariño.

A mis hermanos Kevin y Doménica.

Por regalarme siempre un amor y afecto sincero, estar siempre a mi lado sin que les pida y ser las personas más especiales en mi vida.

A Edison.

Por apoyarme en toda mi carrera, compartir buenos valores, pero sobre todo por ser una persona que con su ejemplo, motiva a quienes lo rodean a salir adelante frente a cualquier obstáculo.

La Autora

ÍNDICE GENERAL

INDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autorización por parte del autor.....	iii
Declaración de autenticidad.....	iv
Aprobación de tribunal.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Índice de contenidos.....	viii
Índice de imágenes.....	x
Índice de tablas.....	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Sumario investigativo.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

Definición del servicio.....	3
Definición del mercado.....	5
Plan de muestreo.....	8
Cálculo de la demanda.....	9
Diseño de la encuesta.....	10
Demanda Potencial.....	26
Análisis del macro y micro ambiente.....	27
Proyección de la oferta.....	33
Demanda Potencial Insatisfecha.....	35
Promoción y publicidad. (Canales de comunicación).....	35
Sistema de distribución a utilizar. (Canales de distribución).....	37
Seguimiento de clientes.....	38
Mercados alternativos.....	40

CAPÍTULO II

Descripción del proceso del servicio.....	41
Procesos de transformación en la cadena de suministro.....	45
Mapa de procesos.....	46
Proceso de Presentación del Servicio.....	48
Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	49
Tecnología a aplicar.....	52
Factores que afectan el plan de operaciones capacidad de producción.....	52
Definición de recursos necesarios para la producción.....	56
Calidad.....	57
Normativas y permisos que afectan su instalación.....	60

CAPÍTULO III

Análisis estratégico y definición de objetivos.....	62
Misión de la Empresa.....	62
Visión de la Empresa.....	62
Análisis FODA.....	63
Organigramas de la empresa.....	65
Descripción de cargos del organigrama.....	67
Control de gestión.....	72
Necesidades de personal.....	73

CAPITULO IV

Determinación de la forma jurídica.....	74
Pasos para constituir una Compañía Limitada.....	75
Patentes y Marcas.....	77
Licencias necesarias para el funcionamiento.....	79

CAPÍTULO V

Plan de inversiones.....	80
Plan de financiamiento.....	83
Cálculo de costos y gastos.....	84
Cálculo de ingresos.....	97
Flujo de Caja.....	99
Punto de equilibrio.....	101
Estado de Resultados proyectado.....	102
Evaluación financiera.....	103
Valor Actual Neto.....	103
Tasa Interna de Retorno.....	104
Beneficio Costo.....	105
Período de Recuperación.....	106
Rentabilidad.....	107

INDICE DE IMAGENES

Imagen N° 1. Título: Sector Cumbayá.....	7
Imagen N° 2. Título: Facebook de la empresa.....	36
Imagen N° 3. Título: Instagram de la empresa.....	36
Imagen N° 4. Título: Logo de la empresa.....	38
Imagen N° 5. Título: Canal de distribución.....	39
Imagen N° 6. Título: Buzón de sugerencia.....	40
Imagen N° 7. Título: Mapa de Procesos.....	47
Imagen N° 8. Título: Flujograma de Procesos.....	48
Imagen N° 9. Título: Esquema de la Planta.....	51
Imagen N° 10. Título: Señales éticas.....	60
Imagen N° 11. Título: Organigrama estructural.....	66
Imagen N° 12. Título: Organigrama Funcional.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- Categorización de sujetos.....	5
Tabla N° 2.- Segmentación demográfica.....	6
Tabla N° 3.- Segmentación geográfica.....	6
Tabla N° 4.- Sector.....	7
Tabla N° 5.- Segmentación conductual.....	8
Tabla N° 6.- Viviendas en Cumbayá.....	9
Tabla N° 7.- Cuadro de necesidades.....	10
Tabla N° 8 – 18.- Tabulación encuesta.....	13
Tabla N° 19.- Demanda potencial.....	26
Tabla N° 20.- Tabla de frecuencia.....	26
Tabla N° 21.- Tabla de frecuencias.....	26
Tabla N° 22.- Proyección de la Demanda.....	27
Tabla N° 23.- Matriz EFI.....	30
Tabla N° 24.- Matriz EFE.....	31
Tabla N° 25.- Matriz MPC.....	32
Tabla N° 26.- Oferta.....	33
Tabla N° 27.- Oferta proyectada.....	34
Tabla N° 28.- Conversión de la demanda.....	34
Tabla N° 29.- Demanda insatisfecha.....	35
Tabla N° 30.- Control de satisfacción cliente.....	40
Tabla N° 31.- Equipamiento.....	43
Tabla N° 32.- Cadena de suministro.....	45
Tabla N° 33.- Descripción de instalaciones y equipos SPA.....	49
Tabla N° 34.- Descripción de instalaciones y equipos Piscina.....	50
Tabla N° 35.- Descripción de personas.....	51
Tabla N° 36.- Ritmo de producción SPA.....	52
Tabla N° 37.- Ritmo de producción Piscina.....	52
Tabla N° 38.- Número de trabajadores.....	54
Tabla N° 39.- Capacidad de Producción Futura.....	55
Tabla N° 40.- Recursos necesarios para la producción.....	56
Tabla N° 41.- Proveedores.....	56
Tabla N° 42.- Matriz FODA.....	63
Tabla N° 43.- F-O.....	65
Tabla N° 44.- D-O.....	65
Tabla N° 45.- F-A.....	65
Tabla N° 46.- D-A.....	65
Tabla N° 47.- Cargo Gerente General.....	68
Tabla N° 48.- Cargo del Asistente Operativo de piscina.....	69
Tabla N° 49.- Cargo del Asistente veterinario.....	70
Tabla N° 50.- Cargo de la Recepcionista.....	71
Tabla N° 51.- Indicadores de Gestión.....	72
Tabla N° 52.- Pasos para constituir una Compañía Limitada.....	75
Tabla N° 53.- Activos fijos.....	80
Tabla N° 54.- Capital de trabajo del proyecto.....	82
Tabla N° 55.- plan de inversiones.....	82

Tabla N° 56.- forma de financiamiento.....	83
Tabla N° 57.- detalle de costos.....	84
Tabla N° 58.- Proyección de costos.....	87
Tabla N° 59.- Detalle de gastos.....	89
Tabla N° 60.- Proyección de gastos.....	91
Tabla N° 61.- Mano de obra.....	93
Tabla N° 62.- Provisiones.....	94
Tabla N° 63.- Depreciación.....	95
Tabla N° 64.- Proyección de la depreciación.....	96
Tabla N° 65.- Cálculo de ingresos.....	97
Tabla N° 66.- Proyección de ingresos.....	98
Tabla N° 67.- Flujo de caja.....	99
Tabla N° 68.- Estado de resultado proyectado.....	102
Tabla N° 69.- VAN.....	103
Tabla N° 70.- TMAR.....	103
Tabla N° 71-72.- TIR.....	104
Tabla N° 73.- Flujos acumulados.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Título: pastel de tabulación.....	13
Gráfico 2. Título: pastel de tabulación.....	14
Gráfico 3. Título: pastel de tabulación.....	15
Gráfico 4. Título: pastel de tabulación.....	15
Gráfico 5. Título: pastel de tabulación.....	16
Gráfico 6. Título: pastel de tabulación.....	17
Gráfico 7. Título: pastel de tabulación.....	18
Gráfico 8. Título: pastel de tabulación.....	19
Gráfico 9. Título: pastel de tabulación.....	20
Gráfico 10. Título: pastel de tabulación.....	21
Gráfico 11. Título: pastel de tabulación.....	22

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PISCINA Y SPA PARA PERROS EL PARAÍSO CANINO, EN EL SECTOR DE CUMBAYÁ DE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018"

AUTORA: Helen Nicole Pérez Ortiz

TUTORA: Ing. Viviana Cajas

El proyecto "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PISCINA Y SPA PARA PERROS EL PARAÍSO CANINO, EN EL SECTOR DE CUMBAYÁ DE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018" muestra un negocio que estará ubicado en Cumbayá, debido a las buenas condiciones climatológicas de este sector. La empresa se basa en la prestación de un servicio totalmente diferente e innovador en relación al resto de spas, ya que tiene una piscina totalmente apta para perros y es un lugar en el cual los perros se pueden divertir de una manera sana y agradable, además que el nadar contribuye al bienestar de la salud del animal. El paraíso canino ofrece una experiencia única a todos los clientes que acudan a este maravilloso lugar ya que además de contar con los servicios básicos de peluquería canina: corte, baño, secado, cepillado y limpieza de ojos y oídos, cuenta con un área de aromaterapia que sirve de gran ayuda para perritos que sufran de estrés, agresión, hiperactividad, lesiones entre otras enfermedades. Este sitio está dirigido para personas que tengan perros y estén entre los 24 y 75 años ya que las personas que pertenecen a este rango de edad son quienes se preocupan y velan por el cuidado y salud de sus mascotas. Gracias a la encuesta se pudo determinar los gustos y preferencias de los posibles clientes para de esa manera poder satisfacer al cien por ciento sus necesidades. El paraíso canino también cuenta con equipos de alta calidad y con un personal altamente calificado que además de ser los mejores profesionales, demuestran siempre su mayor respeto y amor hacia los animales. Finalmente, en este trabajo de investigación se pudo constatar que el proyecto si es viable y tendría una gran acogida por parte del público ya que la rentabilidad refleja un 97% de aceptación en el mercado.

DESCRIPTORES: diversión, innovación, paraíso canino, salud, spa canino.

ABSTRACT

TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A DOGS SWIMMING POOL AND SPA CALLED DOGGIE HEAVEN, IN CUMBAYA SECTOR OF THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO, YEAR 2018"

AUTHOR: Helen Nicole Pérez Ortiz

PROFESSOR: Ing. Viviana Cajas

The project: “ BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A DOGS SWIMMING POOL AND SPA, CALLED DOGGIE HEAVEN, AT CUMBAYA AREA OF THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO, YEAR 2018” Showing a business which will be located in Cumbaya, based on the ideal weather conditions of this area. This company is based on a different mission unique and innovative experience compared to other dog spas in the area. It will provide its guest with a pool designed exclusively for dogs, it is a place where the pet owner and pet can enjoy a day full of fun without any worries, and it can contribute to the dog benefit. The canine paradise offers you a unique experience to all customers, also provides you with a full doggie salon where your pet can enjoy a bath, haircut, brush and dry, it counts with an fragrance therapy area, which serves to help stressed, aggression, hipper activity, injuries dogs and other illnesses, We recommend this doggie spa for pet owners between 24 and 75 years of age since this seems to be the range that will spend extra on their pets. According to a survey done on actual prospect clients, we were able to determine the likes and wants of our future costumers, to be able to provide them the ultimate doggie spa experience. This doggie paradise is equipped with high quality and as well as highly qualified people and trained professionals that will take care of your pet as if they were their own. We qualify our team by their ability to respect and love all pets. Finally, in this research work it was found that the project is viable and would have a great acceptance by the public.

DESCRIPTION: canine paradise, canine spa, fun, health, innovation.

INTRODUCCIÓN

TEMA: " PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PISCINA Y SPA PARA PERROS EL PARAÍSO CANINO, EN EL SECTOR DE CUMBAYÁ DE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018"

En la actualidad existen muchas personas que consideran a sus mascotas como parte de su familia, los llevan a lugares abiertos donde pueden disfrutar y desestresarse junto con ellos, pero además de esto, sus dueños no solo se preocupan por pasearlos y alimentarlos sino también se preocupan de llevarlos a la peluquería, a hacerse masajes, comprándoles ropa, entre otras cosas más. Partiendo de esto, la idea de crear una piscina para perros es original ya que no existe otro lugar en Quito que ofrezca lo mismo y además este servicio cubre necesidades tanto psicológicas como sociales.

CAPÍTULO I, ÁREA DE MARKETING: Este capítulo abarca todo el estudio de mercado para la creación de este negocio, además de todas las especificaciones del servicio que se van ofrecer, también describe el segmento de mercado al que se va a dirigir, así como el tipo de publicidad y el sistema de distribución que se va a utilizar.

CAPÍTULO II, ÁREA DE PRODUCCIÓN: En este capítulo se encuentra el mapa de procesos en el cual se muestra cómo será el proceso del servicio del Paraíso canino. Además aquí se describen las instalaciones, equipos y personas que son necesarios para poder cumplir con las actividades que se tienen que llevar a cabo para satisfacer a los clientes.

CAPÍTULO III, ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN: Este capítulo contiene a la misión y visión del Paraíso canino. También se encuentra el análisis FODA del negocio junto con sus respectivas estrategias. La organización funcional de la empresa está plasmada en dos organigramas (estructural y funcional) donde se ve con detalle que función cumple cada trabajador.

CAPITULO IV, AREA JURIDICO LEGAL: En este capítulo se describen los pasos que son específicamente necesarios para construir una compañía limitada,

así como las licencias necesarias para poder poner en funcionamiento el negocio sin ningún problema.

CAPÍTULO V, ÁREA FINANCIERA: Este capítulo comprende todo el plan de inversiones dentro del cual están los activos fijos y el capital de trabajo del proyecto; además se detallan los costos y gastos que se necesitan cubrir para el buen funcionamiento del negocio. Es por esto que es sumamente necesario detallar también el flujo de caja para poder llegar a la evaluación financiera donde se encuentran los indicadores: VAN y TIR que son relevantes para concluir diciendo que este negocio si es rentable.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

En la actualidad, es sumamente importante lograr una completa satisfacción del cliente para así tener un lugar positivo en la mente de cada consumidor y en el mercado meta. Es por esto que el objetivo de mantener totalmente satisfecho a los clientes ya no solo depende del departamento de mercadotecnia sino también de todas las áreas funcionales de las empresas exitosas. (Thompson, 2005). El paraíso canino es un lugar en el cual los amantes de los perros, podrán tener una gran experiencia junto con sus mascotas al acudir a este sitio que cuenta con un parque para perros totalmente vallado en el cual hay una inmensa piscina con entrada tipo playa en todo su contorno para que desde los perros más pequeños hasta los perros más grandes puedan entrar a refrescarse, nadar, jugar o hacer rehabilitación. Además de esto, este lugar también cuenta con un área de spa en el cual se ofrece la más amplia gama de servicios y productos diseñados especialmente para ellos. Este es el lugar que todo propietario de una mascota debe tener presente si desea pasar un momento agradable junto con su fiel compañero.

1.1.1 Especificación del Servicio.

El paraíso canino, ofrece a las personas quienes tienen perros, venir y disfrutar con su fiel amigo al jugar a la pelota, educarle, sociabilizarle con los demás perros, hacer agility (Marcé Garcia, 2018) o entrenar junto al perro suelto.

Escuchar buena música, conocer gente increíble, estar tranquilo gracias a la calidad de los servicios que este lugar ofrece, pero sobre todo ver como disfrutan los perros de la increíble piscina. Además de esto, este lugar cuenta con elementos de agility para que hagan trucos o entrenen a sus mascotas. También se puede disfrutar de los otros servicios y productos que forman parte del spa, tales como peluquería canina, baños medicados, accesorios, medicamentos, alimentos, entre otros. El servicio al cliente implica interacciones con los clientes en persona por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe desempeñar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional (Duque, 2005). Este servicio no existe aún en Quito por lo que uno de los objetivos más importantes de esta organización es poder cumplir con todas las expectativas que esperan los clientes de este lugar.

1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

“El concepto innovación adquiere una especial trascendencia en la actualidad al suponer para muchas organizaciones un elemento diferencial de competitividad” (Cilleruelo, 2007). Uno de los servicios innovadores o diferenciadores que ofrece El paraíso canino, es la hidroterapia canina como un método de relajación, por si el perro está estresado o tiene un comportamiento demasiado destructivo, además el nadar tiene muchas ventajas para un perro, no solo para el corazón sino también para los pulmones y músculos, es por esto que se debería considerar esta nueva propuesta de un área para mascotas donde la prioridad es el bienestar del perro.

Las mascotas también necesitan un spa donde puedan recibir un trato especial, como los centros dedicados al cuidado de la imagen de las personas. Para las sesiones de hidroterapia es necesario hacer cita previa para poder atenderles con el mejor servicio y las mejores condiciones a los clientes. El spa es una área en la cual se aplican aceites esenciales por inhalación o aplicación directa para sanar diversas dolencias, tanto físicas como emocionales. .

Cabe recalcar que en este lugar se puede adquirir: ropa, accesorios, alimento balanceado y pasteles para fiestas de perros ya que por ser un lugar totalmente apto para el uso adecuado de los perros consentidos, en este lugar también se pueden realizar eventos tales como la celebración del cumpleaños de su mascota con invitados caninos.

Entre los diferentes modelos de ropa se encuentran vestidos y corbatas con diseños exclusivos para todas las tallas, desde un chihuahua hasta un Golden y por último para cuidar la salud de su perro en la temporada de invierno puede adquirir polares, rompe vientos, abrigos e impermeables.

1.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO

1.2.1 ¿Qué mercado se va a tocar en general?

1.2.1.1 Categorización de sujetos

A continuación se muestra una tabla con los clientes que la empresa se relacionará de manera directa e indirecta:

Tabla N° 1.- Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Personas que tengan perros
¿Quién usa?	Las personas y los perros
¿Quién decide?	Dueños de los perros
¿Quién influye?	Moda, cultura canina, amigos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.2.1.2 Estudio de Segmentación.

Segmentación demográfica

La segmentación demográfica está dada de acuerdo a la edad, ya que si bien es cierto que a este lugar pueden acudir todo tipo de personas, en realidad este servicio lo utilizan personas adultas que ya manejan un poder adquisitivo para poder pagar estos servicios y productos para sus perros. En cuanto al género, tanto hombres como mujeres pueden acceder a este producto y servicio y en cuanto a la ocupación de igual manera, personas con cualquier ocupación pueden acceder a este lugar.

Tabla N° 2.- Segmentación demográfica

VARIABLE	DESCRIPCION
EDAD	24-75
SEXO	Mujeres/Hombres
SOCIECONOMICO	PEA
OCUPACIÓN	No existe una ocupación definida, pero necesariamente tiene que pertenecer a la población económicamente activa.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Segmentación geográfica

La segmentación geográfica de este producto es el Distrito Metropolitano de Quito, en el Norte, específicamente en el sector de Cumbayá.

Tabla N°3.- Segmentación geográfica

VARIABLE:	DESCRIPCION:
PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
CIUDAD URBANA Y RURAL	Quito
TAMAÑO	2.576.287 Habitantes

Fuente: INEC, 2017

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 4.- Sector

SECTOR:	Número de habitantes:
Cumbayá	31,463 habitantes

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora



Imagen N° 1 Sector Cumbayá

Fuente: Google Maps

Elaborado por: La Autora

Segmentación conductual

La segmentación conductual se lo realiza en base a los conocimientos que tienen los clientes sobre esta mezcla de servicios y productos, el uso que le dan y la actitud ante el mismo, ya que al tener información o conocimientos sobre las ventajas que obtendría su mascota al acudir a este lugar sin duda querrían visitarlo cada vez que puedan. Además se puede segmentar el mercado según la condición del usuario: no usuario, ex usuario, usuario en potencia, usuarios por primera vez y usuarios consuetudinarios de un producto.

Tabla N° 5.- Segmentación conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	Social/Estima
TIPO DE COMPRA:	De consumo
RELACION CON LA MARCA:	No
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Segmentación psicográfica

La segmentación psicográfica de este producto y servicio, está dada por los gustos y preferencias de los clientes, hacia los animales, específicamente los perros ya que se puede decir que este lugar, como su nombre lo dice, es un área donde lo más importante es el bienestar de las mascotas que visitan las instalaciones.

1.2.1.3 Plan de muestreo

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula, según: (Aguilar-Barojas, 2005).

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

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza (1.96)

p = probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N = población

e = (5%)

La distribución de p y q corresponden a la realización de un experimento aleatorio que cumple con las siguientes condiciones: Al realizar el experimento sólo son posible dos resultados: el suceso A, llamado éxito, o su contrario A',

llamado fracaso. Es por esto que se le asigna 0,5 a la probabilidad de ocurrencia y 0,5 probabilidad de no ocurrencia.

Cálculo de la demanda:

Es necesario resaltar que para el cálculo de esta fórmula, no se tomará en cuenta la población de Cumbayá, sino el número total de viviendas en este sector, admitiendo que en promedio hay de uno a dos perros por familia.

Tabla N° 6.- Viviendas en Cumbayá

SECTOR:	Número de viviendas:
Cumbayá	8,950

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

N : 8,950

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot 8,950}{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) + 8,950(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot 8,950}{(3,8416) \cdot (0,5) \cdot (0,5) + 22.375}$$

$$n = \frac{8,595.58}{23.3354} = 368$$

El total de la muestra es de 368, por lo que será ese el número de personas encuestadas.

A continuación se muestra una tabla con la información, las fuentes y los instrumentos que se utilizaron para la realización de este capítulo.

.

Tabla N°7.- Cuadro de necesidades

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Capacidad operativa	Secundaria	Libros/internet	Servicios Agrupados
Costos de la piscina	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras Organizaciones
Mantenimiento de la piscina	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras Organizaciones
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios Agrupados
Factores críticos para el sector	Primaria	Buena atención al cliente	Servicios Agrupados
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Padres de familia	Encuesta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.2.1.4 Diseño y recolección de información.

La recolección de la información se hizo a través de encuestas con preguntas tipo cerradas, únicamente a personas que tenían perros, para de esta manera calcular la demanda potencial del proyecto.

Información primaria: Encuesta

Diseño de la encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

La siguiente encuesta es para determinar qué tan factible resulta ofrecer al público un espacio al aire libre donde se pueda divertir con sus mascotas en una piscina plenamente apta para cualquier clase de perros.

Marque con una "X" la respuesta que más se asemeje a su criterio:

1.- ¿Cuántos perros hay en tu hogar?

1	
2	
3 o más	

2.- ¿Conoce usted los beneficios que adquiere un perro al estar nadando en el agua?

Sí	
No	

3.- ¿Estaría dispuesto llevarle a su mascota a un lugar donde le ofrezcan cuidados físicos y mentales para la salud del animal?

Sí	
No	

4.- ¿Acudiría usted a una piscina totalmente apta para perros?

Sí	
No	

5.- ¿Cada cuánto tiempo acudiría a una piscina para perros?

Todos los fines de semana	
Cada mes	
Cada 3 meses	
Solo en verano	

6.- ¿Conoce algún lugar donde puede acudir con su mascota a relajarse y que además le brinden cuidados para la salud del animal mientras este se divierte? Especifique ¿dónde y cuál?

Sí	
No	

.....

7.- ¿Cuánto tiempo le gustaría quedarse disfrutando de las instalaciones de una piscina para perros?

1 hora	
2 horas	
3 horas	

Otro.....

8.- ¿Cuánto dinero aproximadamente pagó la última vez por acudir a un lugar similar, donde le ofrecen un servicio de calidad para su mascota y que además es 100% bueno para la salud del mismo?

\$3,50 perro	por	
\$5,00 perro	por	
\$6,50 perro	por	

Otro.....

9.- ¿Cuánto es la suma de los ingresos familiares en su hogar?

De 365 a \$900	
De \$1000 a \$1500	
De \$2000 a \$2500	
De \$3000 a \$3500	
De \$4000 a \$4500	

10.- ¿Qué otros servicios le gustaría adquirir en un spa y piscina para perros?

Trotadoras eléctricas	
Spa puerta a puerta	
Jacuzzi y terapia de hidromasaje	

Otro.....

11.- ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir la información de los productos y servicios?

Facebook	
Instagram	
Correo electrónico	
Flyer publicitarios	

Edad.....

Nombres.....

1.2.1.5 Análisis e Interpretación (Tabulación)

Mediante la tabulación de la encuesta se podrán interpretar de mejor manera los datos arrojados a través de las preguntas realizadas.

Pregunta N° 1.- ¿Cuántos perros hay en tu hogar?

Tabla N°.- 8

1	110
2	184
3 o más	74

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

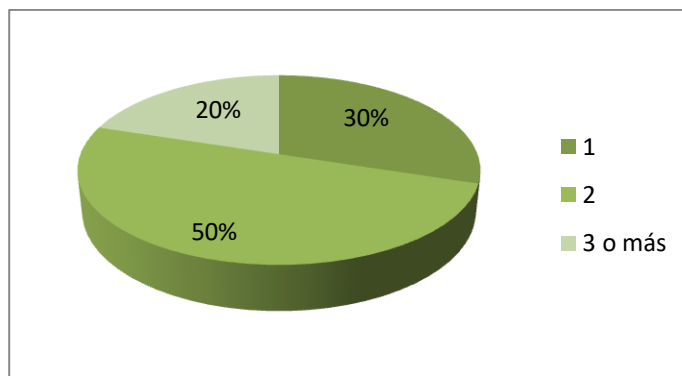


Gráfico N°1.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: En la pregunta N° 1, el 50% representa a las personas que tienen dos perros en su hogar, mientras que el 30% representa a las personas que tienen únicamente un perro y el otro 20% restante representa a las personas que poseen tres o más perros en su casa.

Interpretación: La mayoría de los encuestados tienen dos perros en su hogar, esto quiere decir que en la actualidad muchas personas necesitan de los servicios que brinda un spa canino.

Pregunta N° 2.- ¿Conoce usted los beneficios que adquiere un perro al estar nadando en el agua?

Tabla N°.- 9

Sí	172
No	196

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

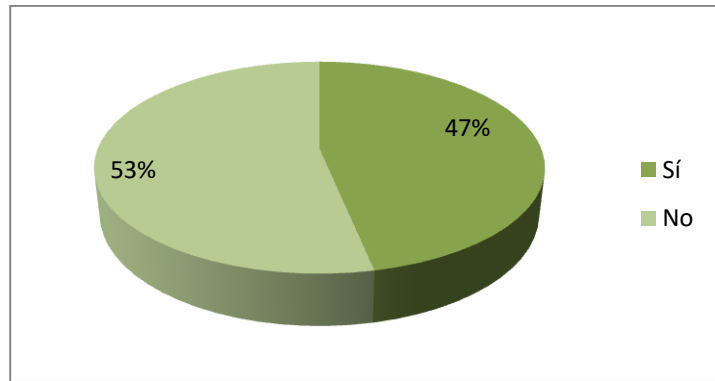


Gráfico N°2.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: La pregunta N°2 refleja que el 53% de los encuestados no conocen sobre los beneficios que adquiere un perro al estar nadando en el agua, mientras que el 47% restante dijo que sí.

Interpretación: la mayoría de las personas no saben que existen varios beneficios para la salud de sus mascotas al dejarlos nadar en una piscina.

Pregunta N°3.- ¿Estaría dispuesto llevarle a su mascota a un lugar donde le ofrezcan cuidados físicos y mentales para la salud del animal?

Tabla N°.- 10

Sí	319
No	49

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

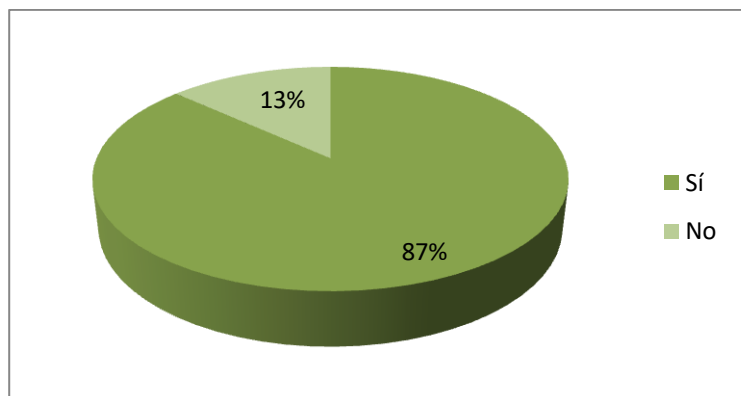


Gráfico N°3.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: La pregunta N°3 refleja que el 87% de los encuestados estarían dispuestos a llevarles a sus mascotas a un lugar donde le ofrezcan cuidados para la salud del animal, mientras que el otro 13% representa a los encuestados que no acudirían adquirir este servicio.

Interpretación: Existe gran aceptación de este servicio por parte de las personas, ya que la mayoría de los encuestados si quieren llevarles a sus mascotas a un lugar diferente y divertido que ayude a su vez al bienestar y a la salud de su animal.

Pregunta N° 4.- ¿Acudiría usted a una piscina totalmente apta para perros?

Tabla N°.- 11

Sí	343
No	25

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

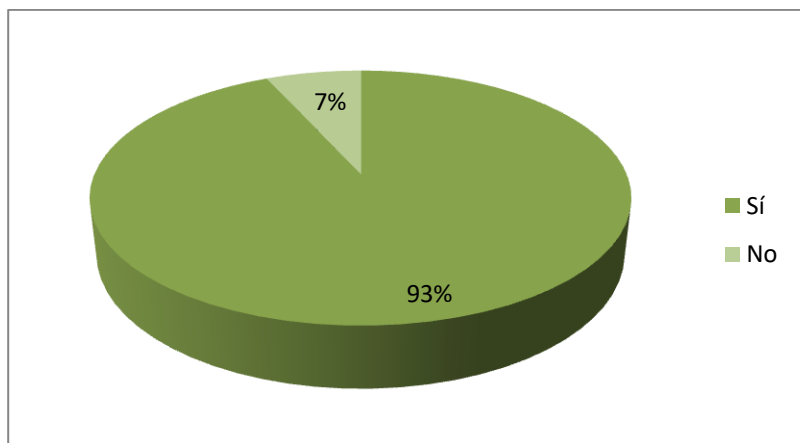


Gráfico N°4.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: En esta pregunta, el 93% de los encuestados dijeron que sí acudirían a una piscina totalmente apta para perros mientras que el 7% restante dijeron que no.

Interpretación: Gracias a que este servicio es original e innovador, se puede demostrar que un porcentaje alto de las personas si quieren hacer uso de las instalaciones de este lugar.

Pregunta N° 5.- ¿Cada cuánto tiempo acudiría a una piscina para perros?

Tabla N°.- 12

Todos los fines de semana	125
Cada mes	179
Cada 3 meses	7
Solo en verano	32

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

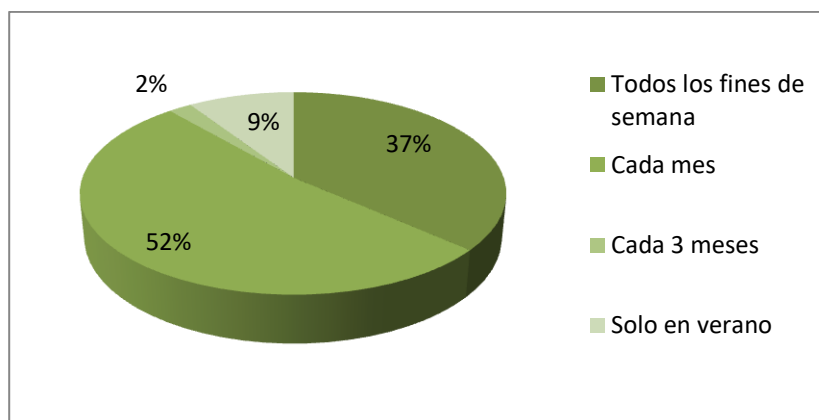


Gráfico N°5.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: En esta pregunta, el 52% de los encuestados respondieron que acudirían a este lugar cada mes, el 37% dijeron que traerían a sus perros todos los fines de semana, el otro 9% dijeron que solo acudirían a este lugar en verano y por último el 2% restante respondieron que cada tres meses.

Interpretación: La mayoría de los encuestados desean acudir a un lugar así cada mes, es por esto que es muy importante realizar diferentes promociones cada fin de semana para que utilicen las instalaciones con más frecuencia.

Pregunta N° 6.- ¿Conoce algún lugar donde puede acudir con su mascota a relajarse y que además le brinden cuidados para la salud del animal mientras este se divierte? Especifique dónde y cuál.

Tabla N°.- 13

Sí	0
No	343

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

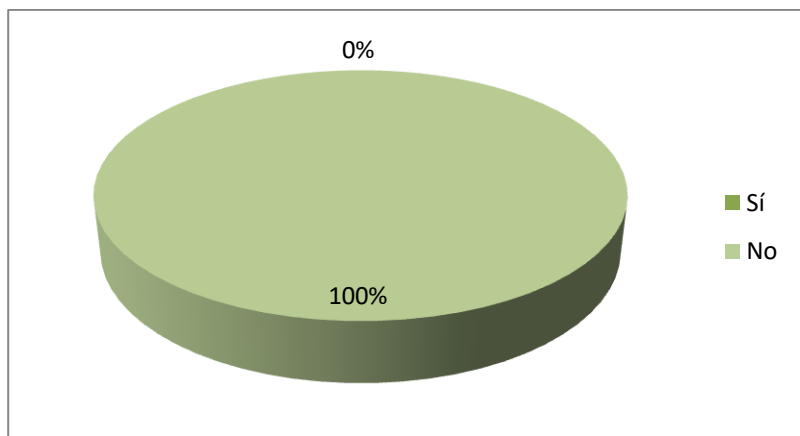


Gráfico N°6.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: En la pregunta N° 6 el 100% de las personas encuestadas dijeron que no conocen, al menos en el país, algún lugar donde se puede acudir con mascotas para relajarse y que además le den cuidados para la salud del animal mientras este se divierte.

Interpretación: No existe competencia directa gracias a que es un servicio completamente original.

Pregunta N° 7.- ¿Cuánto tiempo le gustaría quedarse disfrutando de las instalaciones de una piscina para perros?

Tabla N°.- 14

1 hora	132
2 horas	204
3 horas	0
Otro	7

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

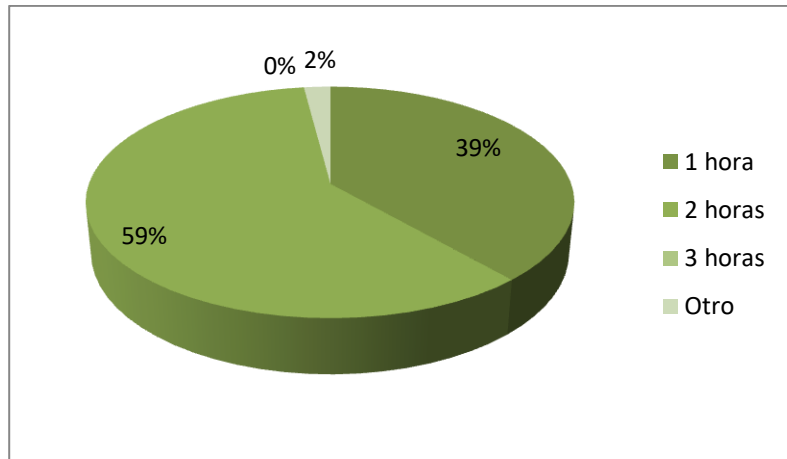


Gráfico N°7.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: La pregunta N° 7 refleja que el 59% de los encuestados les gustaría quedarse disfrutando de las instalaciones de una piscina para perros dos horas, el 39% dijeron que una hora estaría bien, mientras que el otro 2% restante respondió que treinta minutos sería suficiente.

Interpretación: El tiempo en el que la mayoría de los clientes estarían en la piscina es dos horas, por lo que es importante que haya otras actividades para realizar aparte de la piscina, es por esto que también existe el área de agility en donde el dueño del perro y el perro pueden entrenar.

Pregunta N° 8.- ¿Cuánto dinero aproximadamente pagó la última vez por acudir a un lugar similar, donde le ofrecen un servicio de calidad para su mascota y que además es 100% bueno para la salud del mismo?

Tabla N°.- 15

\$3,50 por perro	76
\$5,00 por perro	267

\$6,50 por perro	0
------------------	---

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

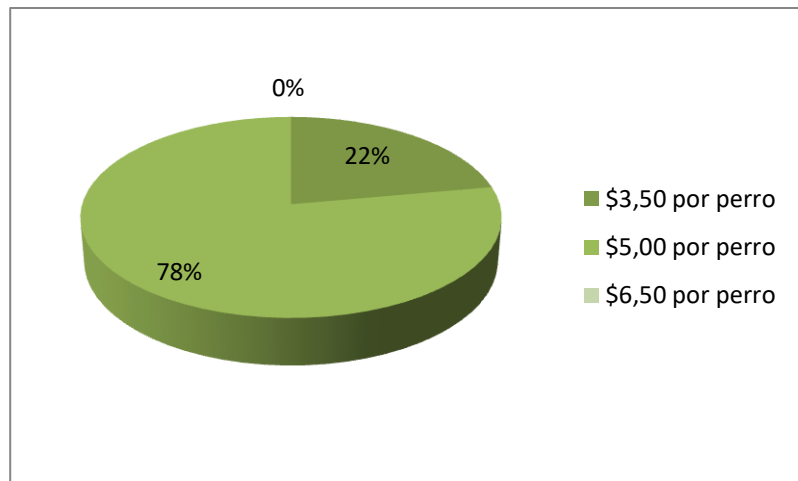


Gráfico N°8.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: En esta pregunta, el 78% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5,00 por perro, por acudir a este lugar, mientras que el otro 22% de las personas encuestadas dijeron que estarían dispuestos a pagar \$3,50 por perro y ninguno de los encuestados escogió pagar \$6,50.

Interpretación: El precio adecuado de la entrada a la piscina es de \$5 dólares, ya que la gente cree que es justo lo que pagaría por el servicio que va a recibir.

Pregunta N° 9.- ¿Cuánto es la suma de los ingresos familiares en su hogar?

Tabla N°.- 16

De \$365 a \$900	7
De \$1000 a \$1500	81
De \$2000 a \$2500	130
De \$3000 a \$3500	93
De \$4000 a \$4500	32

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

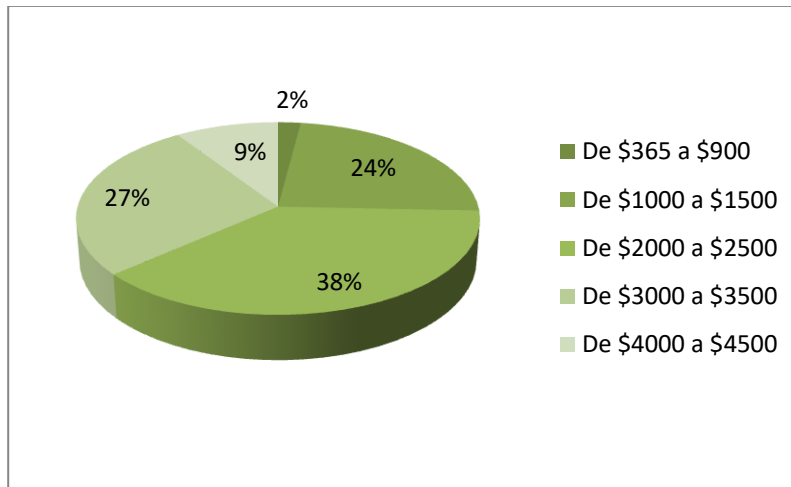


Gráfico N°9.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: La pregunta N° 9 refleja que el 38% de los encuestados tienen un ingreso familiar de \$2000 a \$2500, el otro 27% de las personas encuestadas tienen un ingreso familiar de \$3000 a \$3500, el 24% representa a las personas que tienen un ingreso familiar de \$1000 a \$1500, el otro 9% representa a los encuestados que tienen un ingreso familiar de \$4000 a \$4500 y por último el 2% restante, representa a las personas que tienen un ingreso familiar de 365 a \$900.

Interpretación: En este sector, la mayor parte de las personas que tienen perros pertenece a la clase social media alta, esto es favorable para este negocio ya que es más probable que usen este servicio.

Pregunta N° 10.- ¿Qué otros servicios le gustaría adquirir en un spa y piscina para perros?

Tabla N°.- 17

Trotadoras eléctricas	100
Spa puerta a puerta	88
Jacuzzi y terapia de hidromasaje	155

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

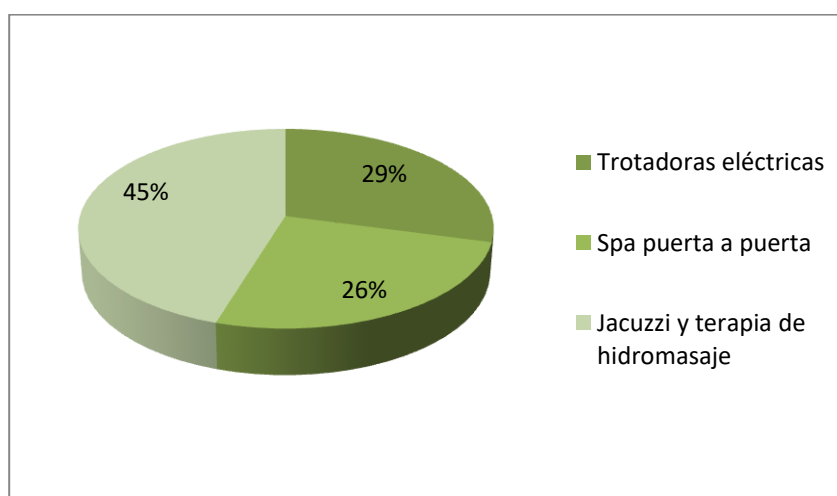


Gráfico N°10.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: En esta pregunta el 45% de los encuetados dijeron que les gustaría adquirir en el spa, un jacuzzi y terapia de hidromasaje, el otro 29% prefieren trotadoras eléctricas y el otro 26% restante les gustaría recibir un spa puerta a puerta.

Interpretación: En el área de spa es importante contar con un jacuzzi para realizar terapias de hidromasaje para los perros que requieran de este servicio.

Pregunta N° 11.- ¿Por cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir la información de los productos y servicios?

Tabla N°.- 18

Facebook	243
Instagram	93
Correo electrónico	0
Flyer publicitarios	7

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

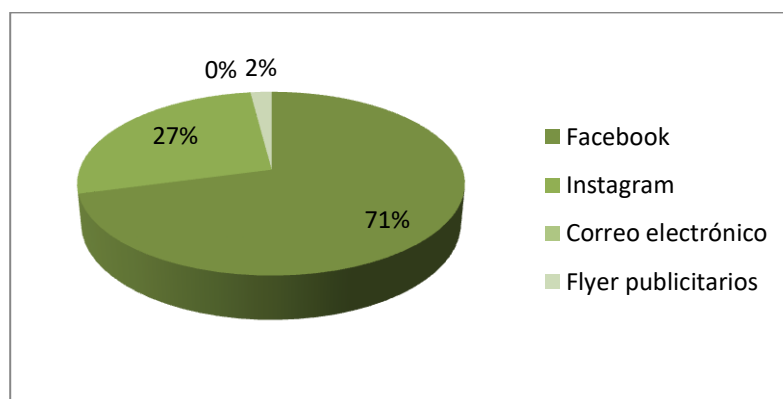


Gráfico N°11.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: La pregunta N° 11 refleja que el 71% de los encuestados prefieren recibir la información a través del Facebook, el otro 27% le gustaría ver las promociones a través del instagram y el 2% de los encuestados dijeron que les gustaría recibir información por medio de flyer publicitarios.

Interpretación: Es necesario contar con redes sociales y con una persona que maneje específicamente estas páginas, la publicidad y las promociones de este servicio.

Conclusiones:

- Mediante la tabulación de las encuestas y gracias a la pregunta clave: ¿Acudiría usted a una piscina totalmente apta para perros?, se pudo determinar que el 93% de las personas si desean acudir a una piscina para perros, por lo que se pudo verificar que si hay una gran acogida de este nuevo servicio en el mercado.
- Gracias a la tabulación de la encuesta se pudo concluir diciendo que el 53% de los encuestados no conocen sobre los beneficios que adquiere un perro al estar nadando en el agua, mientras que el 47% sí conoce acerca de estos beneficios.
- La mayoría de los encuestados, prefieren recibir la información a través de facebook e instagram.

Recomendaciones:

- Para convencer al 7% restante de las personas que respondieron en las encuestas que no estarían dispuestas a acudir a este lugar, es necesario implementar más servicios o actividades en las que se sientan cómodos al acudir a un establecimiento como este, un ejemplo es el jacuzzi para terapias de hidromasaje.
- Más de la mitad de las personas encuestadas no conocen de los beneficios que se adquieren en este servicio, por lo que es necesario realizar una fuerte publicidad en cuanto a los beneficios y ventajas que un perro adquiere al acudir a una piscina totalmente apta para el animal.
- Toda la publicidad de este servicio será presentada por medio de redes sociales tales como Facebook e instagram, además es importante contar con una aplicación para el teléfono donde pueden adquirir productos en línea.

1.2.2 Demanda Potencial

Mediante la tabulación de las encuestas y gracias a la pregunta clave: ¿Acudiría usted a una piscina totalmente apta para perros?, se pudo determinar que el 93% de las personas si desean acudir a este lugar diferente e innovador y el otro 7% dijo que no estaría dispuesto acudir a este lugar.

Tabla N° 19.- Demanda potencial

Demanda actual	Personas que comprarán mi servicio
8,950 x 93%	8,323.50

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Observación: Es necesario multiplicar el número de la muestra por el porcentaje de personas que desean acudir al establecimiento para poder tener una demanda más exacta.

Tabla N°20.- Tabla de frecuencia

20 personas (5%)	Todos los fines de semana
150 personas (41%)	Cada mes
148 personas (40%)	Cada 3 meses
48 personas (14%)	Solo en verano

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Observación: Cabe recalcar que es necesario establecer una tabla de la frecuencia con la que acudirían al establecimiento.

Tabla N°21.- Tabla de frecuencias

Demanda potencial	Porcentaje de frecuencia	Frecuencia	Número promedio de perros
8,323.50	x 5% = 416.18	Todos los fines de semana	416.18 x 2 = 832.36
8,323.50	x 41% = 3,412.64	Cada mes	3,412.64 x 2 = 6,825.28

8,323.50	x 40% = 3,329.40	Cada 3 meses	3,329.4 x 2 = 6,658.80
8,323.50	x 14% = 1,165.29	Solo en verano	1,165.29 x 2 = 2,330.58
TOTAL CLIENTES (PERROS) AL AÑO:			16,647.02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Observación: Una vez que se obtuvieron los porcentajes de frecuencia, es relevante multiplicar el valor resultante por un número promedio de perros que posee cada familia.

1.2.2.1 Proyección de la demanda

Tabla N° 22.- Proyección de la Demanda:

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2018	16,647.02
2019	16,906.71
2020	17,170.46
2021	17,438.32
2022	17,710.36
2023	17,986.64

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Observación: La proyección de la demanda se la hizo a través de la tasa de crecimiento habitacional, la cual es 1,56% y cuya fuente es el INEC.

1.3 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

El macroentorno de la empresa son los principales factores externos e incontrolables que influyen en la toma de decisiones de la organización, afectando a su desempeño y estrategias. Algunos elementos clave son:

Demográfica: En este caso son las personas que pertenecen a un rango de edad de 24 y 75 años de edad.

Condiciones económicas: El poder adquisitivo de las personas que habitan en el sector de Cumbayá, es alto ya que tienen gran capacidad de ahorro y la mayoría pertenece a la clase media alta.

Aspecto legal: Esta empresa solamente responde por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hace el comercio bajo una razón social.

Características culturales y sociales: Las costumbres de la sociedad actualmente son favorables para éste negocio ya que se esta fomentando bastante la cultura canina.

Situación política: Las condiciones políticas del país en la actualidad, no impiden ninguna actividad de las que se realicen para la prestación del servicio.

Recursos tecnológicos: Las infraestructuras son modernas, los equipos que se utilizarán son de última generación, las redes sociales siempre están disponibles, el nivel de conectividad o el uso acertado de las herramientas de cómputo son altos.

Medioambiente: Esta organización posee tachos de basura para reciclaje y todos los productos que se utilizan en el spa son libres del sufrimiento animal.

El micro entorno de la empresa consiste en aquellos elementos del sistema económico que la rodea que sí son, de algún modo, controlables por la misma. Los factores más importantes del micro entorno de una organización son los siguientes:

1.3.1 Análisis del micro ambiente: Las cinco fuerzas de Porter:

“El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. Se basa en la idea de que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competencia industrial” (Lanuque, 2014).

- **Poder de negociación de los Compradores o Clientes**

Los clientes tienen una baja capacidad de negociación ya que en este caso no hay la posibilidad de cambiar el precio de la entrada a la piscina o de los servicios

del spa, además para esta empresa es relevante ofrecer un servicio de alta calidad a un precio inicialmente menor o igual al de los pocos competidores existentes.

- **Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores**

La capacidad de negociar con los proveedores es baja ya que ellos tienen sus precios ya establecido, pero la empresa puede escoger de una lista de varios proveedores que provean los recursos necesarios para los cuidados y mantenimiento de la piscina, además de los insumos para los servicios del SPA, mientras más proveedores existan, para la empresa habrán mejores opciones en las cuales se puede elegir el mejor proveedor en cuanto a precios, entregas y calidad.

- **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

La amenaza que enfrentaría esta empresa es la facilidad de entrada de nuevos competidores en el mismo mercado, ya que existen pocas barreras para constituir una empresa relacionada a esta, pero a su vez se puede decir que esta empresa cuenta con una ventaja y es que existe diferenciación del servicio, ya que ofrece un servicio de alta calidad.

- **Amenaza de productos sustitutos**

No existe una gran amenaza para la empresa ya que no hay servicios similares que cubran la misma necesidad. Pero se puede decir que en cuanto al SPA, que ofrece cuidados para las mascotas, hay cierto grado de amenaza ya que por esa parte la competencia si cubre la misma necesidad de esta empresa, tales como hoteles para perros, spas, entre otros.

- **Rivalidad entre los competidores**

El mercado en el que se encuentra este negocio, no cuenta con una gran variedad de competidores por lo que no existe una rivalidad definida entre ellos, pero se puede encontrar una gran variedad de precios en el mercado; en el área de

cuidados para las mascotas, por lo que esta empresa se ve en la obligación de iniciar con precios parecidos a los de la competencia.

Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

La matriz EFI es una herramienta que permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto.

Tabla N°23.- Matriz EFI

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
• Calidad en los servicios (personal capacitado)	0.10	4	0.40
• Empresa innovadora en el mercado	0.13	4	0.52
• Personal altamente calificado	0.15	5	0.75
• Buen servicio al cliente	0.15	5	0.75
• Buena Infraestructura	0.05	4	0.20
DEBILIDADES			
• Bajo posicionamiento de la marca	0.07	3	0.21
• Poca relación con el cliente	0.09	3	0.27
• Empresa nueva en el mercado	0.10	3	0.30
• Falta de un sistema de programación para el cliente	0.07	1	0.07
• Falta de publicidad	0.09	3	0.27
TOTAL	1.00		3,74

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Explicación: Como se puede observar en el resultado ponderado de la matriz EFI, el resultado es mucho mayor al resultado promedio de una matriz EFI que es de 2,5 lo que significa que posee una posición interna muy fuerte.

Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

Esta matriz EFE evalúa los factores externos de la empresa y permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Tabla N°24.- Matriz EFE

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
• Existencia de mercados potenciales	0.09	3	0.27
• Aumento de personas que poseen mascotas	0.09	3	0.27
• Gran variedad de proveedores de materia prima. (productos de limpieza, productos caninos, productos para el mantenimiento de la piscina)	0.10	3	0.30
• No existe competencia directa	0.15	4	0.60
• Creación de alianzas estratégicas	0.15	3	0.45
AMENAZAS			
• Productos sustitutos tales como: spas caninos y pet shops	0.08	3	0.24
• Alza de costos de los productos que se usan en el SPA.	0.06	2	0.12
• Crisis Económica	0.08	3	0.24
• Falta de conocimiento de este servicio por parte de las personas	0.10	2	0.20
• Pronta aparición de la competencia	0.10	2	0.20
TOTAL	1.00		2.89

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Explicación: En la matriz EFE se han determinado 10 factores clave de éxito, 5 oportunidades y 5 amenazas, dando un valor ponderado de 2,89 que

indica una respuesta ligeramente superior al promedio en su respuesta al entorno para capitalizar las oportunidades.

Matriz MPC (Matriz de Perfil Competitivo)

Con el fin de comprender mejor el entorno externo y la competencia en el mercado, la matriz identifica los principales competidores y los compara a través del uso de los factores críticos de éxito del mercado. El análisis también revela las fortalezas y debilidades en contraposición de los competidores, por lo tanto en esta matriz se conoce qué áreas se deben mejorar y que áreas proteger.

Tabla N°25.- Matriz MPC

	El paraíso canino			Kendra Spa		Mimascota	
Factores críticos para el éxito	Peso	calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
Participación en el mercado	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Competitividad de precios	0,2	4	0,8	1	0,2	1	0,2
Calidad del producto	0,3	1	0,3	4	1,2	4	1,2
Lealtad del cliente	0,2	3	0,6	2	0,4	3	0,6
Posición financiera	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Total	1.0		2.4		2.5		2.7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Explicación: Como señala el total ponderado de 2.7, el competidor 2 es el más fuerte. Por lo que es necesario aplicar un plan de contingencia en algunas áreas de “El paraíso canino” para poder mejorar algunos aspectos.

Plan de contingencia:

Competitividad de precios: Este negocio es único en el mercado, por lo que es relevante establecer iniciativas de branding, es decir mostrar al público que recibirá un servicio diferenciador en base al resto de la competencia y así ganar una guerra de precios, demostrando que la marca de este servicio es confiable y exclusivo.

Participación en el mercado: Desarrollar otros productos y servicios que satisfagan nuevas necesidades, realizar varias encuestas con el fin de determinar qué necesidades no se están cubriendo y definir la viabilidad de poner en el mercado nuevos productos o servicios que las satisfagan.

Lealtad del cliente: La lealtad al cliente se logra siempre y cuando se satisfagan todas las necesidades y expectativas que este tiene, cumpliendo cien por ciento todos los servicios que el negocio ofrece.

Posición financiera: Programar nuevos créditos financieros para abrir una sucursal en otro lugar de la ciudad y de esta manera incrementar las utilidades y la liquidez de la empresa.

1.3.3 Proyección de la oferta.

1.3.1 Oferta:

Para la oferta actual se tomará en cuenta:

Tabla N° 26.- Oferta

\$40'000.000	Gasto promedio que emplean las familias en sus mascotas en el Ecuador
\$25'200.000	Gasto promedio que emplean las familias en sus mascotas en el Distrito Metropolitano de Quito
$25'200.000 \times 10\%$ (sector de Cumbayá) $= 2'520.000$	Gasto que se emplea en mascotas en el sector de Cumbayá
$2'520.000 \times 3\%$ (gasto únicamente en perros) $= 75,600$	Oferta actual

Fuente: El Comercio

Elaborado por: La Autora

“El gasto promedio que emplean las familias en sus mascotas en el Ecuador es de \$40'000.000, dato que fue consultado en la revista el telégrafo; por otra parte el gasto promedio que emplean las familias en sus mascotas en el Distrito Metropolitano de Quito es de \$25'200.000, dato que fue consultado en el Comercio.” (El Comercio, 2011). Una vez obtenidos los datos del gasto que emplean las familias en sus mascotas en Quito, es necesario destinar un porcentaje de gasto que se emplea en mascotas en el sector de Cumbayá, el cual es de 10%, luego de obtener el resultado es importante fijar un porcentaje únicamente para el gasto que se emplea en mascotas en el sector de Cumbayá solamente en perros el cual en este caso es del 3% y por último a partir de ese resultado se puede proyectar la oferta según la tasa de inflación la cual es del 1,12%.

Tabla N°27.- Oferta proyectada

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2018	75,600.00
2019	76,446.72
2020	77,302.92
2021	78,168.71
2022	79,044.20
2023	79,929.50

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

En este caso hay que transformar la demanda a dólares estableciendo un precio promedio de entrada a la piscina:

Tabla N°28.- Conversión de la demanda

16,647.02 x \$5,00 = \$ 83,235.1
16,906.71 x \$5,00 = \$ 84,533.55
17,170.46 x \$5,00 = \$ 85,852.3
17,438.32 x \$5,00 = \$ 87,191.6
17,710.36 x \$5,00 = \$ 88,551.8
17,986.64 x \$5,00 = \$ 89,933.2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.4. Demanda Potencial Insatisfecha

La Demanda Insatisfecha es aquella Demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; Existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

A continuación se detalla una tabla en la cual están la Demanda y la Oferta calculadas anteriormente. La Demanda es mayor a la Oferta por lo que si hay una Demanda insatisfecha la cual hay que cubrir.

Tabla N°29.- Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	\$ 83,235.10	\$ 75,600.00	\$ 7,635.10
2019	\$ 84,533.55	\$ 76,446.72	\$ 8,086.83
2020	\$ 85,852.30	\$ 77,302.92	\$ 8,549.38
2021	\$ 87,191.60	\$ 78,168.71	\$ 9,022.89
2022	\$ 88,551.80	\$ 79,044.20	\$ 9,507.60
2023	\$ 89,933.20	\$ 79,929.50	\$ 10,003.70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD. (CANALES DE COMUNICACIÓN)

La publicidad que se realizará para este producto será ATL, debido a que se lo hará mediante el uso de las redes sociales (Facebook, instagram, whats App, etc.) ya que es un medio masivo y al momento de publicar cualquier tipo de información de los servicios en la web, muchas personas podrán ver a la vez e interesarse en las diferentes promociones que se ofrecerán; es necesario que una persona específicamente se encargue de promocionar a la marca para lograr el objetivo esperado. “ La publicidad Above the Line, conocida simplemente como ATL, es la que utiliza medios masivos como principales canales de difusión. Debido a ello, implica grandes costos, pero al mismo tiempo, mayor llegada y alcance. Los medios más utilizados son la televisión, la radio, los periódicos, las revistas y los carteles publicitarios”. (ESAN, 2015). Es importante señalar que El paraíso canino cuenta con un solo tipo de cliente, (directos) los cuales acuden directamente al lugar para adquirir el servicio o

para comprar algún producto que les interesó en las publicidades realizadas en las redes sociales de la marca.

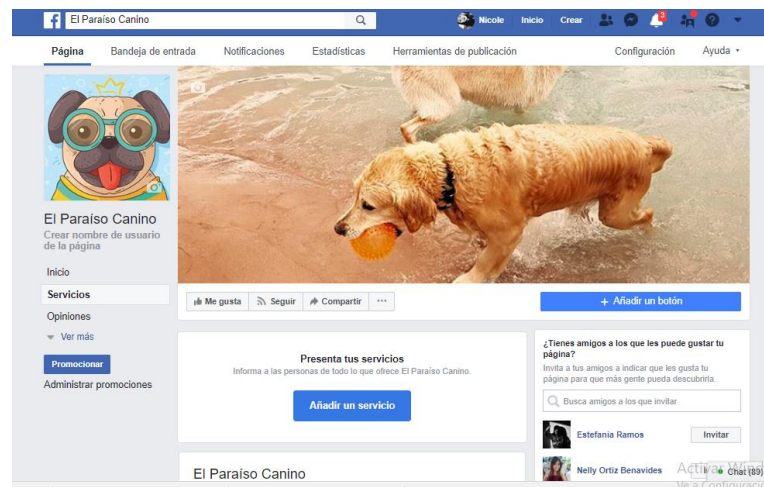


Imagen N° 2
Elaborado por: La Autora

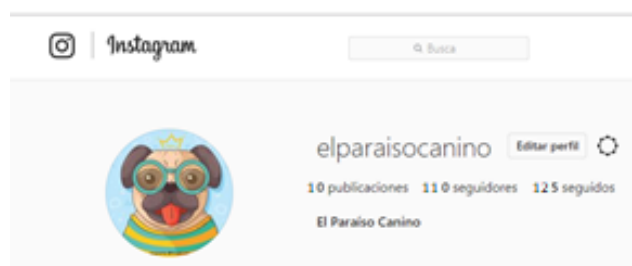


Imagen N° 3
Elaborado por: La Autora

Es importante mencionar que la mezcla de los productos y servicios están establecidos bajo una marca: 'El Paraíso Canino' ya que así es otra manera de hacerle publicidad a la empresa y además tener un posicionamiento en la mente del consumidor, porque genera confianza para los clientes y se establece una relación entre el cliente y la marca.

Benchmarking de la marca

El proceso de benchmarking que se llevó a cabo fue de tipo competitivo ya que se medieron los productos, servicios, procesos y funciones de los principales spas, para así realizar una comparación con la organización y

detectar que tipo de necesidad no cubre el resto de la competencia. En el proceso de benchmarking, se siguieron los siguientes pasos:

Planificación

El tipo de benchmarking es competitivo, por lo que es necesario saber con cuales empresas o microempresas se medirán los procesos y servicios que se brindarán, para saber en qué se puede mejorar. Para llevar a cabo el proyecto se tiene que crear un equipo de trabajo responsable y comprometido.

Datos

La recopilación de datos para el benchmarking, se obtuvo de diferentes spas y veterinarias del sector.

Análisis

Una vez recopilada la información necesaria, se pudo identificar una oportunidad de mejora al ofrecer un servicio innovador y diferente al que ofrecen el resto de spas, como es la piscina para perros.

Acción

Una vez analizada la información hay que tomar puntos de referencia para adaptarlos a la organización pero siempre añadiéndole alguna mejora o alguna ventaja que le aporte valor a los clientes.

Seguimiento y mejora

En esta última etapa se debe hacer un informe con toda la información destacada de los procesos, para poder tener siempre una mejora continua.

Esta organización, contará con diferentes promociones para cada mes, por ejemplo para los meses de verano habrá una promoción que sea dos por uno, o en algunos meses del año, algunos descuentos por la compra de algunos productos, u obsequios para las mascotas por el uso de cualquier servicio, entre otros.



Imagen N°4 Logo de la empresa

Elaborado por: La Autora

Slogan: ¡Porque son más que mascotas!

1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR. (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

En este caso el canal de distribución de esta empresa es directo, ya que ofrece un servicio en el cual los clientes son quienes deben acudir al establecimiento para adquirir dicho servicio, el cual se enfoca mucho en las promociones de la piscina y el spa para las mascotas, del mismo modo se promocionan las diferentes marcas de los productos que se ofrecen en el Paraíso canino.

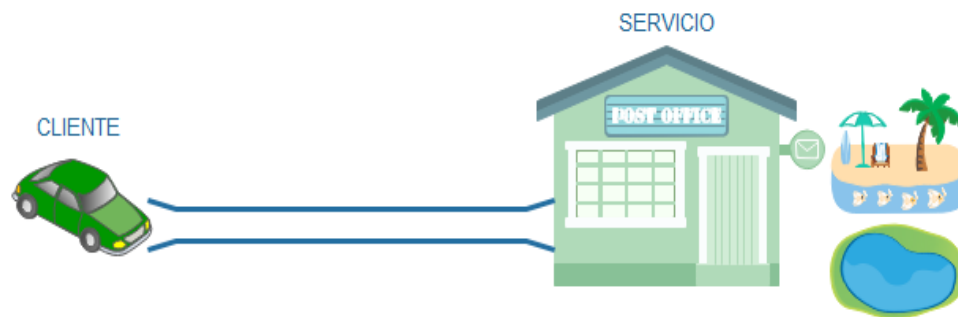


Imagen N° 5

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

La satisfacción del cliente es lo más importante para esta organización, ya que no solo se busca ofrecer un servicio o vender un producto a muchas personas, sino que se busca que los clientes se lleven una gran experiencia al adquirir este grandioso servicio, por lo que es necesario contar con una lista de los números telefónicos de los clientes nuevos y antiguos para realizar una llamada telefónica en la que la organización pueda contactarse directamente con el cliente y saber más de cerca si ocurrió algún inconveniente y a su vez saber cuan satisfecho está con el producto y servicio que recibió, esto se lo realizaría cada mes. Cabe recalcar que en la página web o por medio de las redes sociales, también existirá un buzón de recomendaciones para así mejorar aún más el servicio y producto con el fin de entregar lo que el cliente pide.

Para controlar la satisfacción del cliente, se realizará encuestas de satisfacción periódicas, las mismas que contendrán preguntas como:

Tabla N° 30.- Control de satisfacción cliente

CONTROL DE SATISFACCION CLIENTE		
¿Está usted satisfecho con la calidad del producto y del servicio?	SI	NO
¿Qué recomendación haría usted para mejorar esta organización?		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Estas encuestas se realizarán trimestralmente, y se efectuará a 10 clientes indistintamente.



Imagen N°6

Fuente: Google

¿Qué medios utilizan y utilizará?

En este caso los medios que se utilizan para poder promocionar el servicio son las redes sociales ya que por medio de ellas los clientes podrán enterarse de las diferentes y nuevas promociones que ofrece este establecimiento.

1.8 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

El servicio alternativo que se puede ofrecer, y aprovechando los mismos recursos e instalaciones que posee esta organización, serían servicios de salud para las mascotas y un hotel para perros ya que se podría aprovechar la infraestructura del lugar para la implementación de esos servicios. Además si algún cliente quiere celebrar el cumpleaños de su mascota lo puede hacer en este lugar.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del servicio.

El proceso de este servicio inicia el momento en el que los clientes acuden a las instalaciones para recibir la atención y los cuidados exclusivos para sus mascotas. En la sala de espera, donde los usuarios son recibidos de la mejor manera, se encuentra una recepcionista quien es la encargada de proporcionar toda la información relacionada con el servicio prestado, además es la encargada de atender las llamadas telefónicas, de la facturación y cobro del servicio brindado, también entrega los turnos de atención según el orden de llegada al establecimiento. La recepcionista se encarga de igual manera de llevar un archivo de las mascotas, con todos los datos necesarios del paciente. Por último, esta persona, es el mayor apoyo para el gerente de esta empresa.

La sala de espera tendrá un ambiente acogedor, habrá revistas con información variada donde se aborden temas interesantes referentes a los animales, cortes de pelo para todas las razas de perros e información adicional sobre los diferentes servicios que se ofrecen en este lugar.

Este es un proceso 100% manual ya que involucra esfuerzo físico y mucha paciencia pero sobre todo cariño y amor hacia las mascotas de las personas.

El proceso que comprende el área del Spa para mascotas toma una duración de 45 a 60 minutos dependiendo del animal, el costo del tratamiento será de \$15 y será atendido por un asistente veterinario especializado quien recibirá al paciente (perro) para un previo análisis exhaustivo, para determinar el tratamiento a seguir en caso de presentar alergia a los medicamentos utilizados o algún tipo de enfermedad, en esta área se aplicarán masajes relajantes, no sólo para reducir el estrés del animal y tranquilizarlo, sino que también para ayudar a aliviar el dolor de cualquier clase de lesión. En cuanto a al tema de estética si el dueño desea, se realizará el baño, secado, corte de pelo, limpieza de ojos, orejas, y corte de uñas, acorde al gusto del dueño del animal.

Al final de todo este proceso, se colocará al animal un pañuelo con la marca de la empresa y se tomará una foto para el recuerdo de la organización. De esta manera el animal irá limpio y relajado a su casa y su dueño estará satisfecho.

Por otra parte si desean ocupar la piscina, deberán registrar directamente a los animales, en esas instalaciones estarán dos operarios velando por la seguridad de los animales que deseen nadar.

El equipamiento que será necesario para llevar a cabo las etapas de del procesamiento de estética y en el área del Spa son:

Tabla N° 31.- Equipamiento

Tina de baño:	
Secador de pelo:	
Corte de pelo:	

Limpieza de orejas y ojos:	
Corte de uñas:	
Masajes relajantes:	



Fuente: Google

Elaborado por: La Autora

Procesos de transformación en la cadena de suministro

En este caso la cadena de suministro de este servicio es más una interrelación entre los clientes y los proveedores del servicio, que dicha cadena, ya que son los procesos que se involucran de manera indirecta y directa para satisfacer al cliente y entregarle el mejor servicio posible.

“Además, los servicios actúan sobre las mentes, cuerpos, pertenencias o información proporcionada por los clientes. Lo anterior implica que los clientes actúan, al mismo tiempo, como proveedores del servicio lo cual genera la dualidad de cliente-proveedor” (Grupo Multimedia Lauman, 2017).

Tabla N°32.- Cadena de suministro

Entrada	Proceso de transformación	Salida
Animal (perro) sucio y estresado	El proceso que se lleva a cabo en el área del SPA, es revisar a las mascotas para ver cómo se encuentran de salud, luego se procede al baño del animal, el secado, el	Animal (perro) limpio y feliz

	corte de pelo, limpieza de oídos y ojos, limar y pulir las uñas del animal. El área de aromaterapia el animal se puede relajar. El área de la piscina las mascotas pueden entrar a nadar y desestresarse junto con sus dueños.	
--	---	--

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Mapa de procesos

Dentro de este mapa de procesos, se encuentran los procesos directivos y de mejora, que son aquellos que están directamente ligados al servicio que se presta, como la gestión de dirección y la gestión de calidad y de autoevaluación, esto con el fin de detectar oportunidades de mejora que sean necesarios abordar de inmediato.

Luego vienen los procesos de realización, donde se detallan los servicios que se ofrecen en el establecimiento. Por último se encuentran los procesos de apoyo, tales como la gestión de información la cual busca garantizar la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información; la gestión comercial, que se encarga de desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad; y la gestión financiera, la cual se basa en tener una administración efectiva de los recursos que posee la organización. Así, la empresa podrá gestionar sus gastos e ingresos de la forma más adecuada para que todo funcione correctamente.

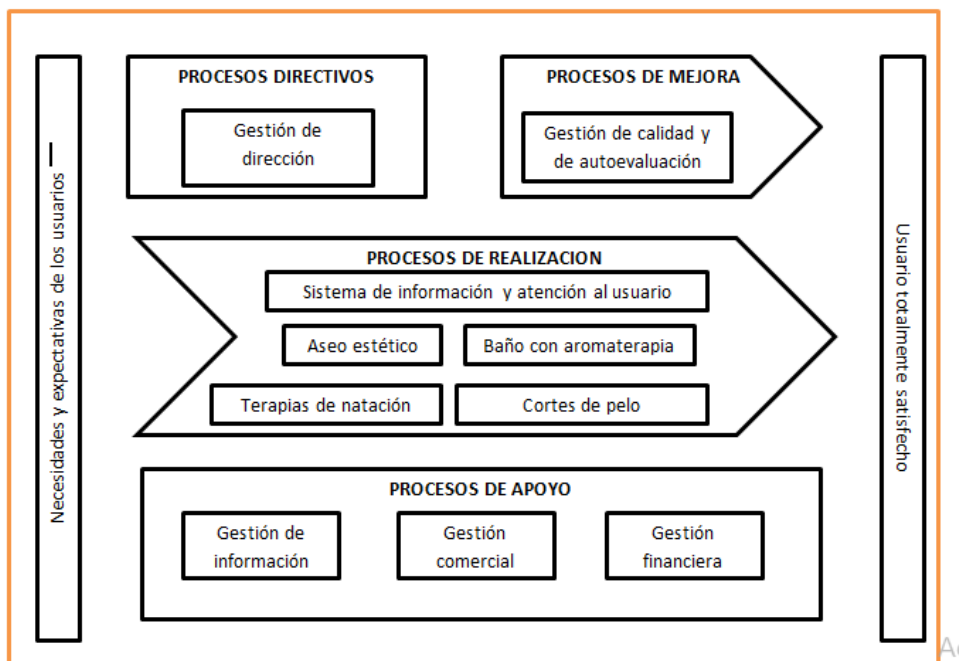


Imagen N° 7.- Mapa de Procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Proceso de Presentación del Servicio (Flujograma)

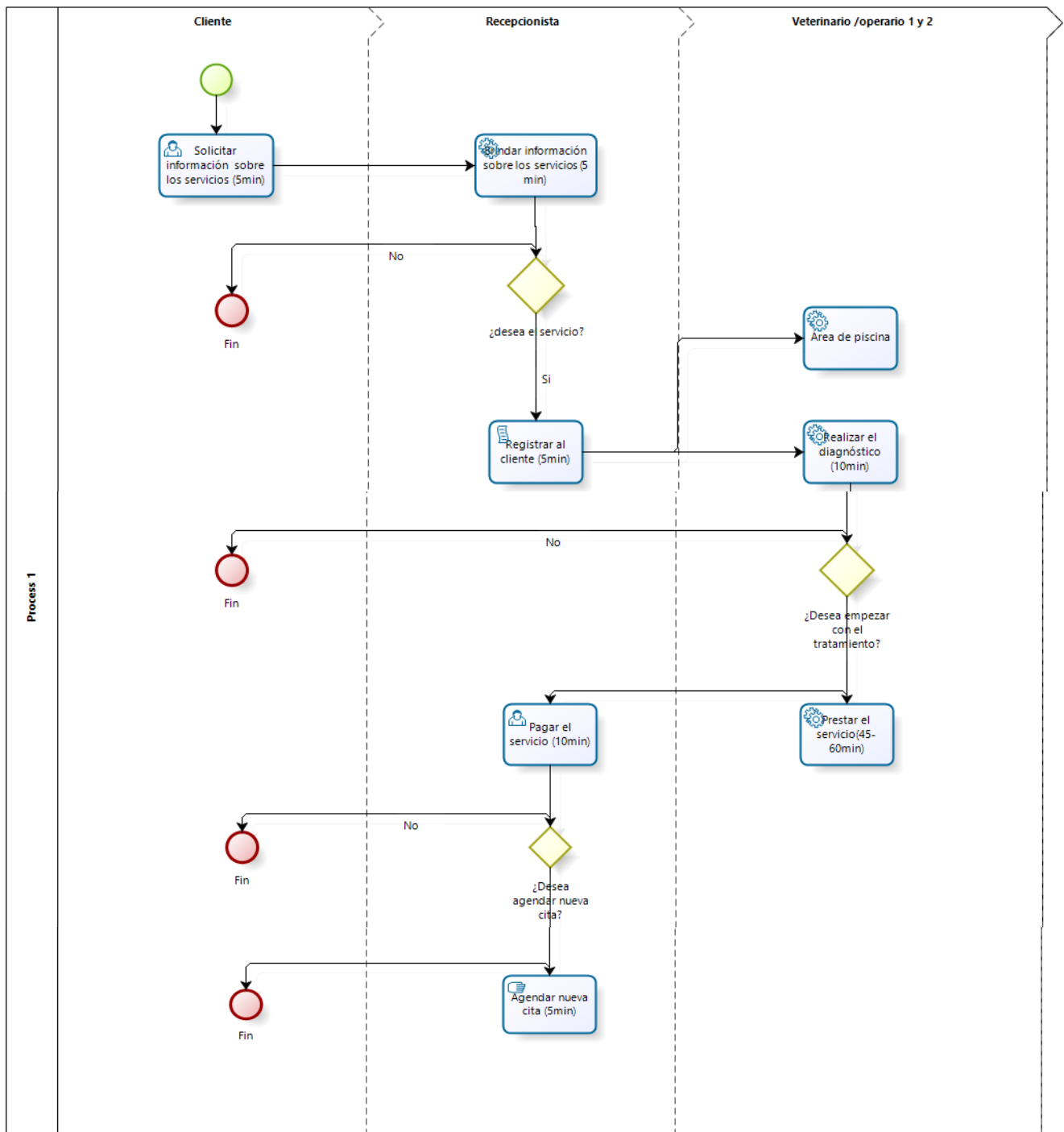


Imagen N° 8.- Flujograma de Procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

El Paraíso canino cuenta con una sala de espera para que los clientes que vengan se sientan cómodos en un ambiente acogedor, mientras espera su turno o agenda su cita. Existe también la oficina de gerencia donde el gerente de la empresa realiza todas las funciones necesarias y pertinentes para una buena administración de la organización.

En el área del SPA, las mascotas serán revisadas para ver cómo se encuentran de salud, para así aplicar el medicamento correcto, aquí también se encuentran los equipos para el baño del animal, el secado, el corte de pelo, las toallitas para la limpieza de oídos y ojos, la máquina para limar y pulir las uñas del animal, los aceites para los masajes relajantes y para el aromaterapia. Por último los accesorios necesarios para el animal.

El área de aromaterapia es un cuarto pequeño en el cual el animal se puede relajar. La bodega es un área pequeña donde se encuentran los insumos necesarios para brindar el mejor servicio a los clientes que visitan este lugar.

El área de la piscina cuenta con una piscina, valga la redundancia, tipo playa en la cual las mascotas pueden entrar a nadar sin ningún problema, la piscina tiene una profundidad de 1 metro, un ancho de 5 metros y un largo de 15 metros. El área de adiestramiento que esta junto a la piscina y cuenta con juegos de agility para que sea también otra manera de distraer a la mascota.

Tabla N°33.- Descripción de instalaciones y equipos SPA

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL
Baño:	Tina	10 min
Secado de pelo:	Secador	10 min
Corte de pelo:	Máquina de cortar	25 min

Limpieza de ojos y orejas:	Toallitas limpiadoras para mascotas	5 min
Corte de uñas:	Limador y Pulidor Eléctrico	5 min
Masajes relajantes:	Aceites esenciales extraídos de vegetales.	45 min
Colocado del pañuelo con la marca de la empresa:	Pañuelos	1 min
Foto de recuerdo:	Cámara de celular	1 min

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N°34.- Descripción de instalaciones y equipos Piscina

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL
Nadar en la piscina:	Piscina	20 min

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Esquema de la planta

A continuación se puede observar en el esquema, el espacio físico y las instalaciones del establecimiento:

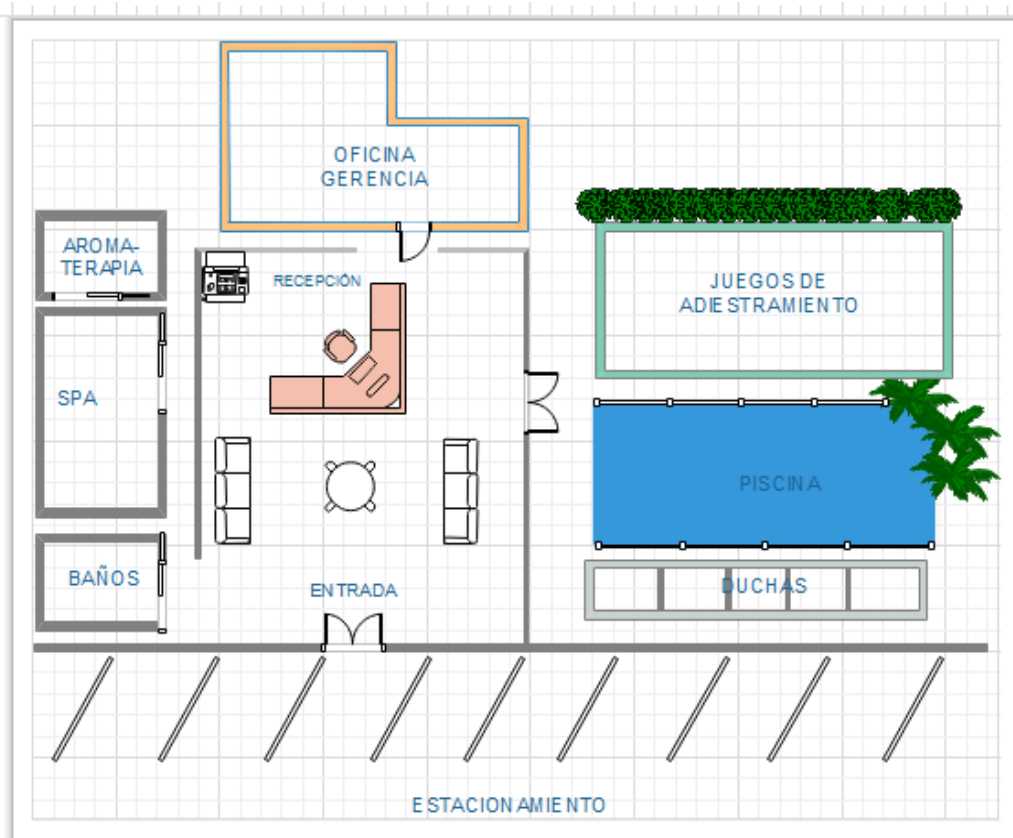


Imagen N° 9.- Esquema de la Planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

En la siguiente tabla se puede observar el tiempo que cumple cada uno de los trabajadores cada día, al igual que el número de personas que se necesitan dependiendo la actividad que desempeñan:

Tabla N° 35.- Descripción de personas

ACTIVIDAD	TIEMPO	N° DE PERSONAS	HORAS-HOMBRE
1.- Gerente	8 horas/día	Persona A	40 horas
2.- Recepcionista	8 horas/día	Persona B	40 horas
3.- Asistente veterinario	8 horas/día	Persona C y D	40 horas semanales
4.- operario 1	8 horas/día	Persona D	40 horas
5.- operario 2	8 horas/día	Persona E	40 horas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.1.3 Tecnología a aplicar.

Es indispensable contar con un sistema contable el cual permita tener una eficiente facturación. También es necesario contar con un sistema de inventarios el cual permita saber si es necesario abastecerse de más materiales para ofrecer los servicios de la semana. Además para la selección de la tecnología apropiada en los equipos, se considerarán la capacidad de producción y los recursos económicos disponibles. Es por ello que esta empresa utilizará máquinas y secadoras de alta tecnología para facilitar el trabajo del personal, optimizando así el tiempo y haciendo que la cartera de clientes siga creciendo.

Cabe mencionar que el Paraíso Canino también cuenta con redes sociales, donde se promocionan constantemente los servicios del SPA y piscina para perros.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción.

El ritmo de producción se lo calculó en base al tiempo que se requiere para realizar cada una de las actividades; por lo tanto, si un cliente acude con su perro para el bañado (10min) y secado (10min) son un total de 20 minutos, la peluquería de la mascota incluye: corte, limpieza de oídos y corte de uñas, que tardan un tiempo de 35 a 40 minutos, por lo que se puede concluir que en total el servicio tarda un tiempo aproximado de 1 hora por perro, cabe recalcar que para un perro de tamaño promedio.

Tabla N° 36.- Ritmo de producción SPA

Actividad	N° personas	Tiempo	Promedio de clientes
Revisión diagnóstica veterinaria	1	10 min por cliente	16
Total de clientes Promedio por mes:			16
Baño y secado	1	20 min por cliente	16

Total de clientes Promedio por mes:			16
Peluquería	2	35 min por cliente	16
Total de clientes Promedio por mes:			16
SPA (masajes)	1	45 min por cliente	16
Total de clientes Promedio por mes:			16
Colocación pañuelo	1	1 min por cliente	16
Total de clientes Promedio por mes:			16
Foto	1	1 min por cliente	16
Total de clientes Promedio por mes:			$16 \times 22 = 352$
Total de clientes Promedio por año:			$352 \times 12 = 4224$ clientes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Hay que tomar en cuenta que en el caso de la piscina, no todos los días habrá atención por lo que en el mes solo se abrirán los fines de semana.

Tabla N°37.- Ritmo de producción Piscina

Actividad	N° personas	Tiempo promedio	Promedio de clientes
Nadar en la piscina:	2	20 min (10 personas)	30 personas (60 minutos)
Total clientes por día:			$30 \times 7h = 210$ personas
Total de clientes Promedio por semana:			210×2 (sábado y domingo) = 420
Total de clientes Promedio por mes:			420×4 fines de semana = 1680
Total de clientes Promedio por año:			$1680 \times 12 = 20160$ clientes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

El stock de los productos de peluquería y para la realización de masajes relajantes que se mantendrá en la empresa será el promedio de rotación de 10 días, ya que los proveedores despachan los productos cada semana y no es necesario tener stock guardado.

2.2.3 Número de trabajadores.

Tabla N° 38.- Número de trabajadores

N° de personas	Cargo	Actividad
1	Gerente	Planificación, administración de archivo, pagos, bonos, incentivos, negociaciones con proveedores y búsqueda continua de nuevos clientes.
1	Recepcionista	Atención al cliente, recibir las visitas entrantes y las llamadas telefónicas, brindar el apoyo administrativo necesario en la organización, guardar los documentos, actualizar las bases de datos y organizar los emails.
1	Asistente Veterinario	Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización, en cuanto a la peluquería canina, los baños medicados el paticure canino, también administrar y controlar tratamientos curativos, entre otras actividades.
2	Operarios de piscina	Brindar la ayuda necesaria a todas las mascotas, supervisar que toda el área de entretenimiento se encuentre en las más óptimas condiciones, comunicar, informar y guiar a los usuarios de la piscina en caso de tener alguna duda, motivación, apoyo y refuerzo, mantenimiento y limpieza de la piscina.

Fuente: Idalberto Chiavenato

Elaborado por: La Autora

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

Para poder satisfacer las necesidades de los clientes se aumentará el equipo de producción para atender más pacientes al día en el caso del SPA.

Tabla N° 39.- Capacidad de Producción Futura

ACTIVIDAD	EQUIPO	N° DE PERSONAS
Revisión veterinaria	Equipo de cuidado veterinario	1
Baño:	4 Tinas	2
Secado de pelo:	4 Secadores	1
Corte de pelo:	4 Máquinas de cortar	2
Limpieza de ojos y orejas:	Toallitas limpiadoras para mascotas	1
Corte de uñas:	Limador y Pulidor Electrico	2
Masajes relajantes:	Aceites esenciales extraídos de vegetales.	1
Colocado del pañuelo con la marca de al	Pañuelos	1
Foto de recuerdo:	Cámara de celular	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

A continuación se muestra una tabla con los insumos que son necesarios para brindar el servicio correctamente, y el grado de sustitución que tiene cada uno de estos insumos.

Tabla N° 40.- Recursos necesarios para la producción

MATERIA PRIMA		
INSUMOS	GRADO DE SUSTITUCIÓN	MATERIA PRIMA SUSTITUIDA
Shampoo anti pulgas	Medio	Se puede sustituir con Jabón normal para mascotas
Pañuelos	Medio	Se puede sustituir con lazos, collares
Jabón perfumado	Medio	Se puede sustituir con jabón sin olor
Perfume	Medio	Se puede sustituir con talcos o colonias
Cepillos de dientes de goma	Medio	Se puede sustituir con cepillos de dientes normales
Cepillos para pelaje de perro	Alta	No hay nada que lo sustituya

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 41.- Proveedores

PROVEEDOR	PRODUCTO	TELEFONOS
Mascota moda	Shampoo anti pulgas, Pañuelos, Jabón perfumado, Perfume.	(02) 5 00 80 60 / 0995609758

Comisariato de las mascotas	Cepillos de dientes de goma, Cepillos para pelaje de perro	2269-653 / 2247-262
------------------------------------	---	---------------------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Para no depender de la producción de algún producto que se necesite, es necesario poseer al menos dos alternativas de proveedores los cuales puedan satisfacer el pedido.

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Las características más relevantes a evaluar en cuanto a la calidad de este servicio, son la atención al cliente y la satisfacción de las necesidades o expectativas de los clientes, ya que al brindar un servicio lo más importante es regalarles la mejor experiencia a las personas que acuden a este lugar. El método de control a usar será a través de pequeñas encuestas con preguntas claves acerca de la opinión del cliente, con respecto al servicio recibido. Estas encuestas serán depositadas en un buzón de sugerencias, de esta manera se podrá evaluar la calidad de los servicios que posee la empresa y saber si en algo hay que mejorar.

De igual manera, se utilizará una hoja de control de procesos para verificar que se estén llevando a cabo correctamente.

Cuestionario de satisfacción al cliente

¿Por qué elige el Paraíso Canino?

Por buenas recomendaciones	
Por brindar un buen servicio	
Por la publicidad	
Por el precio	

¿Cómo le pareció el personal de la empresa?

Amable	
Atento	
Complaciente	
Desagradable	

¿Cómo evalúa al personal y al ambiente del Paraíso Canino? (1 peor – 5 mejor)

	1	2	3	4	5
Instalaciones, equipamiento y seguridad en la empresa					
Calidad y profesionalismo del personal					
Sensibilidad hacia el cliente y su animal					

¿Cuál es el grado de confianza que tiene hacia el Paraíso Canino?

100%	
75%	
50%	
25%	

¿Recomendaría esta empresa a tus familiares y amigos?

Sí	
No, (especifique por qué)	

Hoja de control

EL PARAÍSO CANINO	FORMATO HOJA DE CONTROL		Código: 710,14,15-1
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL		Versión: 01
	PROCEDIMIENTO APLICACIÓN TRD		Fecha: 18/06/2018
Pag: 1 de 1			

Hoja de Control No.

Carpeta o Expediente No.

Nombre del expediente o del declarante

Fecha de apertura hoja de control : Dependencia:

Nota: Al momento de ingresar los documentos, éstos deberán foliarse de acuerdo con el consecutivo que se esté llevando. Identificar el documento a ingresar: Contrato, constancias de desembolso, constancia de liquidación, acta de liquidación, declaración, caracterización, recurso de reposición, etc.

No folios que contiene	Documento a archivar	No de folio en el que queda	Fecha ingreso	Archivado por	Observaciones

Nota: Los campos sombreados son para uso exclusivo del Grupo de Gestión Administrativa y Documental - área de Archivo

2.6 **NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.**

2.6.1 **Seguridad e higiene ocupacional**

La seguridad e higiene ocupacional en el trabajo es un aspecto súper importante para el desarrollo de cualquier actividad dentro de la empresa, ya que existen riesgos derivados del trabajo y es necesario saber prevenir o mitigar cualquier probabilidad de que algo malo suceda en esta empresa.

Por ello, la organización cuenta con un conjunto de señales éticas ubicadas adecuadamente para evitar accidentes laborales.



Imagen N° 10.- Señalética

Fuente: SST ASESORES SAC, 2014

Seguridad de los trabajadores

Los trabajadores utilizarán un uniforme adecuado para cada puesto de trabajo, es decir, para los operarios de piscina será una pantaloneta, una camiseta y zapatos especiales para agua y para el veterinario del SPA, el uniforme de trabajo será un mandil, guantes y mascarillas si es necesario. De esta manera podrán llevar a cabo de la mejor manera sus funciones en el lugar de trabajo.

Análisis medioambiental

El Paraíso Canino, es una organización que tiene mucho respeto hacia la naturaleza y hacia el medio ambiente, es por esto que en cuanto a sus actividades siempre busca tener una responsabilidad social empresarial, gracias a ello no se utilizan ninguna clase de productos que contengan químicos que dañen el medio ambiente o que fueron probados de manera salvaje en algún animal.

Además de esto, esta empresa está siempre comprometida al buen manejo de residuos y desechos, estableciendo una costumbre de reciclaje con los basureros de colores para saber que va en cada uno.

Ambiente laboral

El lugar de trabajo, las instalaciones y todos los equipos de esta organización se limpiarán periódicamente para darle a los trabajadores no solo un buen ambiente de trabajo, sino también un lugar en buenas condiciones para que desempeñen sus funciones de la mejor manera, además de poseer la iluminación necesaria y una adecuada ventilación.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Misión de la Empresa.

Brindar un buen servicio de calidad y la mejor atención dirigidos a nuestros clientes y a sus mascotas para satisfacer con excelencia sus necesidades, ofreciendo soluciones que apunten a combatir algún problema de salud y a la convivencia pública, enfatizando los privilegios que hay en el SPA y dando a conocer los múltiples beneficios que obtienen los perros al acudir a una piscina apta para ellos.

3.1.2 Visión de la Empresa:

Ser para el año 2025 la organización líder en el mercado canino, ofreciendo servicios de calidad en áreas recreativas para perros, trabajando siempre para el bienestar animal, junto con la satisfacción y el orgullo corporativo de los profesionales de la organización.

3.1.3 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Tabla N° 42.- Matriz FODA

Fortalezas:	Oportunidades:
• Es un proyecto innovador. • Instalaciones de primera. • Sirve de terapia para varias enfermedades. • El ejercicio en la piscina es 4 veces más eficiente que en un parque. • Personal capacitado y equipamiento de primera.	• Pocos competidores directos en el mercado. • Existen muchos amantes de los perros. • Proveedores de confianza. • Crecimiento constante de las familias que adoptan o compran mascotas.
Debilidades:	Amenazas:
• Bajo posicionamiento de la marca. • Empresa nueva en el mercado. • Capacidad de inversión. • Falta de experiencia. • No contar con una cartera fija de clientes.	• Clínicas veterinarias que ofrecen algunos servicios similares. • Alza de costos de materia prima. • Crisis económica. • Aumento de la competencia. • Falta de conocimiento de las personas hacia el nuevo servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Estrategias:

F - O

Tabla N°43.- F-O

- Calidad en los servicios	- Existencia de mercados potenciales
Estrategia: Aprovechar la existencia de los mercados potenciales, ofreciendo el buen servicio teniendo como resultado, clientes satisfechos con la empresa.	
- Empresa innovadora en el mercado	- Aumento de personas que poseen mascotas
Estrategia: Aprovechar que no hay competencia, atrayendo al público con las promociones y beneficios, complementando con un buen servicio.	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

D – O

Tabla N°44.- D-O

- Bajo posicionamiento de la maca.	- Existencia de mercados potenciales
Estrategia: Lograr una eficiente servicio, promocionando de mejor manera la marca, con una buena presentación y calidad del producto.	
- Empresa nueva en el mercado.	- Gran variedad de proveedores de materia prima.
Estrategia: Gracias a la gran variedad de los proveedores de la materia prima, es posible lanzar al mercado un servicio de calidad y accesible para todos para así llegar al mayor publico posible.	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

F – A

Tabla N°45.- F-A

- Buena relación con los proveedores de los productos del spa (shampoo, balanceado, ropa, etc.)	- Alza de costos de producción
Estrategia: Se puede mitigar el alza de los costos de producción, utilizando los recursos de la empresa de la manera más eficiente posible.	
- Calidad en los servicios	- Servicios sustitutos tales como: spas y pet shops
Estrategia: Gracias a la calidad de los servicios, es posible tener una ventaja	

competitiva, acompañado de excelentes promociones que atraigan al público en general.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

D – A

Tabla N°46.- D-A

- Poca relación con el cliente	- Servicios sustitutos tales como: spas caninos y pet shops
Estrategia: lanzamiento de varias promociones y obsequios por el uso de las instalaciones generando un mejor valor al producto y creando una buena relación con el cliente.	
- Bajo posicionamiento de la marca.	- Crisis económica.
Estrategia: Aprovechando que no existe tanta competencia, es oportuno ofrecer al mercado, un servicio, de calidad, que además sea accesible para las personas amantes de los perros, evitando que la crisis afecte a la venta de este producto.	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.2.1 Organigramas de la empresa

Esta organización está compuesta por varias y diferentes funciones, las cuales están distribuidas de la mejor manera para que se puedan llevar a cabo sin ningún problema. `` El organigrama representa el esqueleto de la estructura organizativa. Pero para que funcione a la perfección es necesario dotarlo de músculo y tejidos que unan las partes y permitan el funcionamiento armónico del toda la organización.`` (Tactio Magazine, 2017). Es por esto que es necesario e importante establecer claramente cuál es el papel y la función que debe cumplir cada trabajador.

Es relevante formalizar los canales de comunicación para evitar la desinformación o los malos entendidos, y para ello es importante el uso del correo electrónico y de otros medios de comunicación que faciliten la

transmisión de cualquier tipo de información que faciliten a la toma de decisiones.

Organigrama Estructural

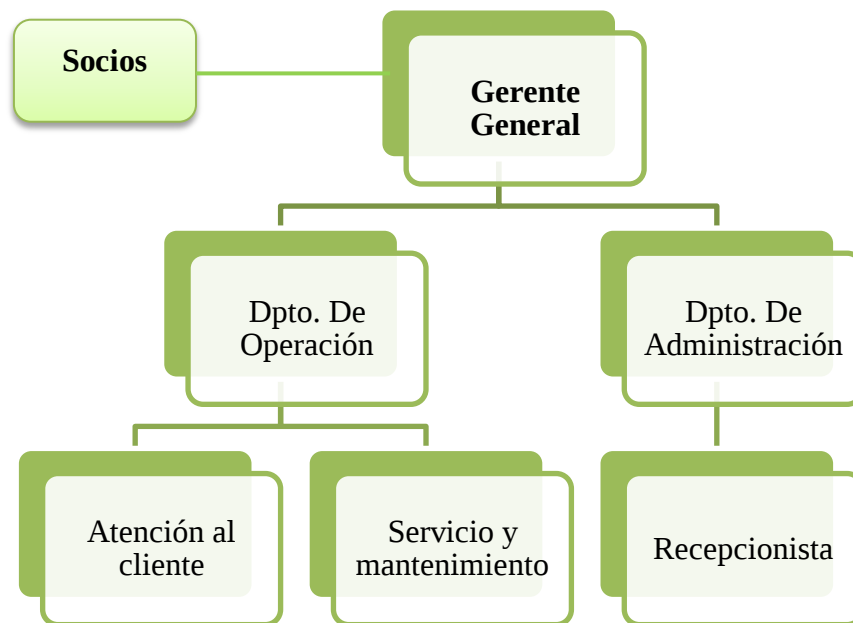


Imagen N° 11.- Organigrama estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Organigrama Funcional

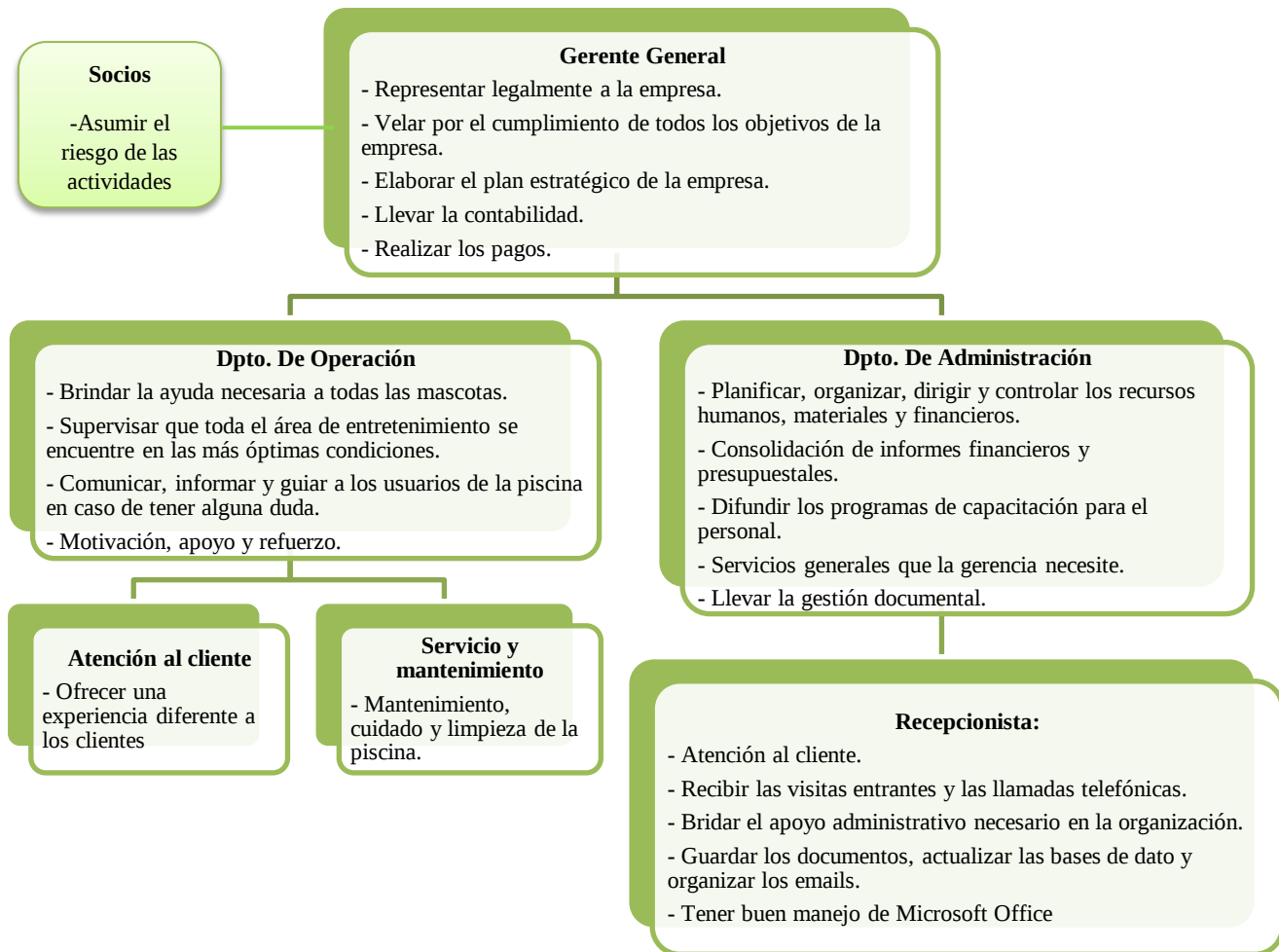


Imagen N°12.- Organigrama Funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.2.2 Descripción de cargos del organigrama.

A continuación se describirán la naturaleza del puesto de trabajo, las funciones que se deben desempeñar en cada cargo, los requisitos mínimos para el puesto, la experiencia, las habilidades y la formación que se necesitan para cumplir de la mejor manera todos los objetivos de la organización.

Cargo del Gerente General

Tabla N° 47.- Cargo Gerente General

I. Información Básica	
Puesto	Gerente General
Jefe inmediato	N/A
Supervisa a	Empleados
II. Naturaleza del puesto	
Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar el cumplimiento de las políticas organizacionales.	
III. Función	
• Representar legalmente a la empresa. • Velar por el cumplimiento de todos los objetivos de la empresa. • Elaborar el plan estratégico de la empresa. • Llevar la contabilidad. • Realizar los pagos.	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ing. Administración de Empresas
Experiencia	4 años en cargos similares
Habilidades	Capacidad de trabajar bajo presión Toma de decisiones Manejo de grupos Motivación del personal
Formación	Capacitación en manejo de talento humano. Capacitación en elaboración de planes estratégicos

Fuente: Chiavenato, 2007

Elaborado por: La Autora

Cargo del Asistente Operativo de piscina

Tabla N° 48.- Cargo del Asistente Operativo de piscina

I. Información Básica	
Puesto	Asistente Operativo de piscina
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	-----
II. Naturaleza del puesto	
Conocimientos sobre cuidados y mantenimiento de piscinas, agrado y cariño hacia los animales (perros). Trabajar con la mayor eficiencia posible y brindar un servicio integro de calidad.	
III. Función	
• Motivación, apoyo y refuerzo. • Supervisar que toda el área de entretenimiento se encuentre en las más óptimas condiciones. • Comunicar, informar y guiar a los usuarios de la piscina en cado de tener alguna duda. • Brindar la ayuda necesaria a todas las mascotas. • Mantenimiento y limpieza de la piscina.	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Capacidad de trabajar bajo presión Toma de decisiones Manejo de grupos Motivación del personal
Formación	Capacitación en mantenimiento de piscinas. Capacitación en servicio al cliente.

Fuente: Chiavenato, 2007

Elaborado por: La Autora

Cargo del Asistente veterinario

Tabla N°49.- Cargo del Asistente veterinario

I. Información Básica	
Puesto	Asistente veterinario
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	-----
II. Naturaleza del puesto	
Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.	
III. Función	
• Peluquería canina • Baños medicados • Paticure canino • Administrar y controlar tratamientos curativos. • Esteriliza, organiza y prepara materiales y equipos a ser utilizados.	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Veterinario
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Saber organizar en su área de trabajo. Captar instrucciones orales y escritas. Tener iniciativa.
Formación	Capacitación en el uso, mantenimiento y operación de equipos e instrumentos de veterinaria. Capacitación en prácticas para el cuidado y manejo de animales.

Fuente: Chiavenato, 2007

Elaborado por: La Autora

Cargo de la Recepcionista

Tabla N°50.- Cargo de la Recepcionista

I. Información Básica	
Puesto	Recepcionista
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	-----
II. Naturaleza del puesto	
Administración y apoyo eficiente a Gerencia en la organización. Recibir las visitas que lleguen a la empresa y atender las llamadas telefónicas.	
III. Función	
• Atención al cliente. • Recibir las visitas entrantes y atender las llamadas telefónicas. • Brindar el apoyo administrativo necesario en la organización. • Guardar los documentos, actualizar las bases de datos y organizar los emails. • Tener buen manejo de Microsoft Office.	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Habilidad de relacionamiento interpersonal.
Formación	Capacitación en servicio al cliente. Capacitación en manejo de Microsoft Office.

Fuente: Chiavenato, 2007

Elaborado por: La Autora

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Indicadores de gestión necesarios.

A continuación se muestra una tabla con los indicadores de gestión que se utilizarán para medir y evaluar si se están cumpliendo los objetivos de la organización.

Tabla N°51.- Indicadores de Gestión

INDICADORES									
Realizado por: Analista de procesos		Revisión:			1			Página 1 de 1	
	Nombre del proceso	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable
1	Planeación	Índice de factor de inversión de RRHH	Costos promedio capacitación	Costo capacitación/TE(costo de capacitación/PT)	Dólares	Semestral	>95%	Pruebas	Dueño del proceso de la planificación
2	Organización	Evolución de los índices de eficiencia	Eficiencia y eficacia	Recursos planificados/recursos utilizados	Números	Mensual	95%/100%	Hoja de control	Dueño de la ejecución de los procesos
3	Dirección	Índice de severidad	Toma de decisiones en RRHH	Número de días perdidos/horas hombres trabajadas	Números	Mensual	>90%	Hoja de control de asistencia	Gerente General
4	Control	Indicador de calidad	Satisfacción del cliente	Tabulación de percepción del cliente /servicio recibido	Números	Bimensual	90%/100%	Encuesta de entrega de servicio al cliente	Dueño del proceso de presentación servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

“El Paraíso Canino” empezará sus actividades con tres socios para acumular un mayor capital o inversión, además de combinar habilidades, recursos y experiencia, un gerente general el cual se va a encargar de la administración del negocio, representar legalmente a la empresa, realizar los pagos a los trabajadores y elaborar los planes estratégicos de la empresa. El gerente está a cargo de dos departamentos, el departamento operativo y el departamento de administración.

Dentro del departamento de operativo se encuentran tres trabajadores, operario 1 y operario 2, quienes se encargan de brindar la ayuda necesaria a todas las mascotas, en el área donde se encuentra la piscina, además de supervisar que toda el área de entretenimiento se encuentre en las más óptimas condiciones. Al final de la jornada realizan la limpieza y el mantenimiento de la piscina. En caso de emergencia de igual manera están capacitados para saber cómo actuar dependiendo la situación. El operario 3 se encuentra en el área del Spa, esta persona es la encargada de realizar la peluquería canina, los baños medicados, el paticure canino y también de realizar los tratamientos curativos de los canes.

Dentro del departamento de administración se encuentra la recepcionista que coordina directamente con el gerente general todas las actividades que se llevarán a cabo en la organización. Una de las funciones más importantes que debe cumplir esta persona es brindarle al cliente la mejor atención.

CAPITULO IV

AREA JURIDICO LEGAL

4.1. Determinación de la forma jurídica

La empresa ‘‘El Paraíso Canino’’, está constituida bajo la figura jurídica: Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que está conformada por 5 personas y 3 socios, la misma que realizará actividades comerciales, amparada en las leyes de la República del Ecuador. Esta empresa va iniciar como Compañía Limitada con la conformación de los socios para minimizar el riesgo que se corre al ser una empresa nueva en el mercado.

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata

de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No.113. (Superintendencia de Compañías, 2016).

Pasos para constituir una Compañía Limitada:

Tabla N° 52.- Pasos para constituir una Compañía Limitada.

PASOS	TRÁMITE
Aprobación del nombre de la Compañía.	Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.
Apertura cuenta de Integración de Capital.	Se debe realizar la apertura de una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.
Celebrar la Escritura Pública.	Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.
Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución.	Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

PASOS	TRÁMITE
Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras.	La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.
Cumplir con las disposiciones de la Resolución.	- Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía. - Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación. - Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.
Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía.	Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente).
Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil.	Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil.
Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías.	Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

PASOS	TRÁMITE
Obtener el RUC.	Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.
Retirar la cuenta de Integración de Capital.	Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía.	La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.
Obtener permiso para imprimir Facturas.	Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Fuente: Cuida tu Futuro, 2008

Elaborado por: La Autora

4.2 Patentes y Marcas

Cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera, puede registrar una marca en Ecuador.

El procedimiento para el registro de una patente en Ecuador tiene los siguientes pasos:

Depositar 208 dólares en efectivo, a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en su cuenta corriente del Banco del Pacífico.

Ingresar al sitio web del IEPI www.iepi.gob.ec, hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.

Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.

Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.

Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.

Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.

Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.

Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana. (El emprendedor, 2017)

Se deberá tener:

Copia certificada de la Escritura de Constitución, Nombramiento del Representante legal, Ruc con su respectiva copia, Copia de cédula y Papeleta de votación, Patente municipal y permiso de Bomberos.

4.3 Licencias necesarias para el funcionamiento

Para la creación de la empresa El Paraíso Canino, se debe cumplir con todos los reglamentos y disposiciones legales que sean necesarias.

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Agricultura y Ganadería (el certificado tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Permisos ambientales.
- Permiso de Agro calidad (Ministerio de salud pública)

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSIONES

A continuación se detallará una lista con los activos fijos del negocio que son las necesidades materiales importantes para comenzar con el funcionamiento de este servicio.

Tabla N° 53.- Activos fijos

Activos Fijos			
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Total
Instalaciones: \$12.000,00			
1	Piscina	\$12.000,00	\$12.000,00
Edificio: \$12.0000,00			
1	Edificio	\$120.000,00	\$120.000,00
Muebles y Enseres: \$1.859,00			
1	Juego de sala	\$500,00	\$500,00
1	Mesa central	\$100,00	\$100,00
1	Escritorio de recepción	\$200,00	\$200,00
1	Silla de recepción	\$50,00	\$50,00
1	Caja registradora	\$200,00	\$200,00

1	Escritorio de oficina	\$200,00	\$200,00
2	Sillas de oficina	\$60,00	\$120,00
1	Archivador	\$80,00	\$80,00
5	Bancas	\$30,00	\$150,00
3	Basureros pequeños	\$7,00	\$21,00
1	Basurero mediano	\$13,00	\$13,00
1	Juego de agility para adiestramiento	\$250,00	\$250,00
1	Teléfono inalámbrico	\$35,00	\$35,00
Maquinaria y Equipo: \$4.028,00			
1	Mesa de revisión	\$180,00	\$180,00
3	Tinas para perros	\$500,00	\$1.500,00
2	Secadoras de perros	\$500,00	\$1.000,00
2	Máquina de cortar pelo de perros	\$15,00	\$30,00
1	Balanza	\$68,00	\$68,00
3	Set de accesorios veterinaria	\$250,00	\$750,00
5	Jaulas para mascotas	\$100,00	\$500,00
Equipos de Computación: \$610,00			
1	Computador	\$300,00	\$300,00
1	Impresora	\$310,00	\$310,00
Gastos de Constitución: \$298,50			
1	Solicitud Uso de suelo	\$2,50	\$2,50
1	IEPI	\$131,00	\$131,00
1	Impuesto patente	\$13,00	\$13,00
1	Permiso ambiental	\$520,00	\$520,00
1	Cuerpo de bomberos	\$100,00	\$100,00
TOTAL	\$138.795,50		

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

En la siguiente tabla se detalla el capital de trabajo del proyecto que es necesario para operar de manera eficiente.

Tabla N° 54.- Capital de trabajo del proyecto

Capital de Trabajo				
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Total	Proyección a 3 meses
1	Sueldo gerente	\$1.300,00	\$1.300,00	\$3.900,00
1	Sueldo asistente spa	\$450,00	\$450,00	\$1.350,00
3	Sueldo operarios (repcionista y asistentes de piscina)	\$386,00	\$1.158,00	\$3.474,00
1	Servicios básicos (luz y agua)	\$80,00	\$80,00	\$240,00
1	Teléfono	\$27,00	\$27,00	\$81,00
1	Internet	\$28,00	\$28,00	\$84,00
TOTAL:		\$2.270,00	\$3.040,00	\$9.120,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

El plan de inversiones que se requiere para el inicio de este proyecto es la suma de los activos fijos más el capital de trabajo del proyecto, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 55.- Plan de inversiones

Plan de inversiones:	Total:
Activos Fijos	\$138.795,50
Capital de Trabajo del proyecto	\$3.040,00
TOTAL:	\$141.835,50

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

a) Forma de financiamiento

La forma de financiamiento con la que iniciará este negocio será del 30% de dinero en efectivo, el otro 35% son los bienes de la empresa y el 35% restante los recursos de terceros, es decir, la inversión que van aportar los socios.

Tabla N°56.- forma de financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos propios	\$141.835,50	100 %	100 %
Efectivo	\$41.835,50	30%	
Bienes	\$50.000,00	%35	
Recursos de terceros	\$50.000,00	%35	
Préstamo privado	-	-	-
Préstamo bancario	-	-	-
TOTAL	\$141.835,50	100 %	100 %

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Costos Fijos. Son aquellos que siempre se deben pagar, independientemente del nivel de producción del negocio, en este caso, independientemente del nivel de eficacia y eficiencia del servicio.

Costos Variables. Son aquellos que se pagan para producir los servicios prestados.

a) Detalle de costos

A continuación se detalla una tabla con los costos que serán necesarios para el funcionamiento de este negocio.

Tabla N° 57.- detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
COSTOS FIJOS					
Cisterna de Agua	Dólares	2	\$500,00	\$1.000,00	\$12.000,00
Sueldo operarios piscina	Dólares	2	\$386,00	\$772,00	\$9.240,00
Sueldo operario spa	Dólares	1	\$450,00	\$450,00	\$5.400,00
COSTOS VARIABLES					
Materiales e insumos para el servicio de Spa y peluquería:					
Shampoo	Galón	3	\$22,00	\$66,00	\$792,00
Acondicionador	Galón	1	\$35,00	\$35,00	\$420,00
Jabón medicado anti-pulgas	Unidad 90gr	15	\$4,00	\$60,00	\$720,00

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Perfume	Unidad	5	\$3,50	\$17,50	\$210,00
Toallas absorbentes	Unidad	20	\$5,00	\$100,00	\$1.200,00
Pañuelos para mascotas	Cajas	2	\$7,00	\$14,00	\$168,00
Limpiadora de ojos y lagrimales	Unidad	2	\$13,20	\$26,40	\$316,80
Lazos para mascotas	Cajas	2	\$8,00	\$16,00	\$192,00
Aceites esenciales	Unidad	4	\$8,50	\$34,00	\$408,00
Cepillo de dientes de goma	Caja	5	\$3,00	\$15,00	\$180,00
Utensilios de estética:					
Juego de peines universales	Unidad	5	\$5,00	\$25,00	\$300,00
Rompe nudos	Unidad	3	\$8,00	\$24,00	\$288,00
Set de tijeras	Unidad	3	\$26,00	\$78,00	\$936,00
Corta uñas profesional	Unidad	2	\$10,00	\$20,00	\$240,00
Servicios básicos					
Luz	Dólares	1	\$50,00	\$50,00	\$600,00
Agua	Dólares	1	\$140,00	\$140,00	\$1.680,00
Teléfono	Dólares	1	\$27,00	\$27,00	\$324,00
Internet	Dólares	1	\$28,00	\$28,00	\$336,00
Gastos de constitución					
Solicitud Uso de suelo	Dólares	1	\$2,50	\$2,50	\$30,00

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MEN-SUAL REQUE-RIDA	COSTO UNITA-RIO	COSTO MEN-SUAL	COSTO ANUAL
IEPI	Dólares	1	\$131,00	\$131,00	\$1.572,00
Impuesto patente	Dólares	1	\$13,00	\$13,00	\$156,00
Permiso ambiental	Dólares	1	\$520,00	\$520,00	\$6.240,00
Cuerpo de bomberos	Dólares	1	\$100,00	\$100,00	\$1.200,00
TOTALES			\$2.504,70	\$3.762,40	\$45.148,80

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

b) Proyección de Costos

A continuación se presenta una tabla en la cual se muestra la proyección de costos para un horizonte de tiempo de 5 años. Se ha tomado en cuenta la tasa promedio de inflación del Banco Central del Ecuador que es el 1,12%.

Tabla N° 58.- Proyección de costos

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
COSTOS FIJOS							
1 operario de spa	\$450,00	\$450,00	-----	\$5.400,00	\$5.460,48	-----	\$5.460,48
2 operarios de piscina	\$772,00	\$772,00	-----	\$9.264,00	\$9.343,49	-----	\$9.343,49
Materiales e insumos para el servicio de Spa y peluquería	\$383,90	\$383,90	-----	\$4.606,80	\$4.658,40	-----	\$4.658,40
Utensilios de estética	\$147,00	\$147,00	-----	\$17.64,00	\$1.783,76	-----	\$1.783,76
S. Básicos (Luz / Agua)	\$190,00	\$190,00	-----	\$2.280,00	\$2.305,54	-----	\$2.305,54
Teléfono	\$27.00	\$27.00	-----	\$324.00	\$327.63	-----	\$327.63
Internet	\$28.00	\$28.00	-----	\$336.00	\$339.76	-----	\$339.76
COSTOS VARIABLES							
Materia Prima (cisterna de agua)	\$1.000,00	-----	\$1.000,00	\$12.000,00	-----	\$12.134,40	\$12.134,40
TOTALES =				\$35.950,80			\$36.353,46

DETALLE	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
COSTOS FIJOS									
1 operario de spa	\$5.460,48	-----	\$5.521,64	\$5.521,64	-----	\$5.583,48	\$5.583,48	-----	\$5.646,01
2 operarios de piscina	\$9.343,49	-----	\$9.448,14	\$9.448,14	-----	\$9.553,96	\$9.553,96	-----	\$9.660,96
Materiales e insumos para el servicio de Spa y peluquería	\$4.658,40	-----	\$4.710,57	\$4.710,57	-----	\$4.763,33	\$4.763,33	-----	\$4.816,68
Utensilios de estética	\$1.783,76	-----	\$1.803,74	\$1.803,74	-----	\$1.823,94	\$1.823,94	-----	\$1.844,37
S. Básicos (Luz/Agua)	\$2305,54	-----	\$2.331,36	\$2.331,36	-----	\$2.357,47	\$2.357,47	-----	\$2.384,15
Teléfono	\$327.63	-----	\$331,30	\$331.30	-----	335,01	\$335.01	-----	\$338,76
Internet	\$339.76	-----	\$343,57	\$343.57	-----	347,42	\$347.42	-----	\$351.31
COSTOS VARIABLES									
Materia Prima (cisterna de agua)	-----	\$12.134,40	\$12.270,31	-----	\$12.270,31	\$12.407,74	-----	\$12.407,74	\$12.546,71
TOTALES =			\$36.760,63			\$37.172,35			\$37.588,95

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

c) Detalle de gastos

A continuación se muestra la siguiente tabla con los gastos que van a ser necesarios para un buen desempeño en la empresa.

Tabla N° 59.- Detalle de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FREC. MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente general	Dólares	\$1.300,00	1	\$1.300,00	\$15.600,00
Sueldo recepcionista	Dólares	\$386,00	1	\$386,00	\$4.632,00
Útiles de oficina					
Resmas de papel	Dólares	\$3,00	1	\$3,00	\$36,00
Carpetas	Dólares	\$0,40	1	\$0,40	\$4,80
Caja de esferos	Dólares	\$5,00	1	\$5,00	\$5,00
Grapadora	Dólares	\$2,00	1	\$2,00	\$2,00
Perforadora	Dólares	\$2,25	1	\$2,25	\$2,25
Caja de lápices	Dólares	\$3,50	1	\$3,50	\$3,50
Caja de grapas	Dólares	\$2,00	1	\$2,00	\$24,00
Caja de clips	Dólares	\$1,20	1	\$1,20	\$14,40

Sellos	Dólares	\$10,00	1	\$10,00	\$10,00
Libretas	Dólares	\$2,50	1	\$2,50	\$2,50
Útiles de aseo					
Escoba	Dólares	\$3,00	1	\$3,00	\$3,00
Trapeador	Dólares	\$4,50	1	\$4,50	\$4,50
Alcohol	Dólares	\$3,50	1	\$3,50	\$42,00
Desinfectante	Dólares	\$5,00	1	\$5,00	\$60,00
Papel higiénico	Dólares	\$0,30	1	\$6,60	\$79,20
Total Gastos Administrativos		\$1.733,15		\$1.739,45	\$2.0513,15
GASTOS DE VENTA					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FREC. MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad y Marketing	Dólares	\$300,00	1	\$300,00	\$3.600,00
Total gastos de venta =		\$300,00	1	\$300,00	\$3.600,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

d) Proyección Gastos

A continuación se presenta una tabla en la cual se muestra la proyección de gastos para un horizonte de tiempo de 5 años. Se ha tomado en cuenta la tasa promedio de inflación del Banco Central del Ecuador que es el 1,12%.

Tabla N° 60.- Proyección de gastos

DETALLE	GASTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE	
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Gerente general	\$1.300,00	\$1.300,00	-----	\$15.600,00	\$15.774,72	-----	\$15.774,72
Recepcionista	\$386,00	\$386,00	-----	\$4.632,00	\$4.671,74	-----	\$4.671,74
Útiles de oficina	\$31,85	\$31,85	-----	\$382,20	\$386,48		\$386,48
Útiles de aseo	\$22,60	\$22,60	-----	\$271,20	\$274,24	-----	\$274,24
GASTOS DE VENTA							
Publicidad o revistas	\$300,00	\$300,00	-----	\$3.600,00	\$3.640,32	-----	\$3.640,32
TOTAL =				\$24.473,40			\$24.747,50

DETALLE	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIA- BLE		FIJO	VARIA- BLE	
GASTOS ADMINISTRATIVOS									
Gerente general	\$15.774,72	-----	\$15.951,40	\$15.951,40	-----	\$16,130.06	\$16.130,06	-----	\$16.310,72
Recepcionista	\$4.671,74	-----	\$4.724,06	\$4.724,06	-----	\$4.776,97	\$4.776,97	-----	\$4.830,47
Utiles de oficina	\$386.48	-----	\$390,81	\$390,81	-----	\$395,19	\$395,19	-----	\$399,62
Utiles de aseo	\$274.24	-----	\$277,31	\$277,31	-----	\$280,42	\$280,42	-----	\$283,56
GASTOS DE VENTA									
Publicidad o revistas	\$3.640,32	-----	\$3.681,09	\$3.681,09	-----	\$3.722,32	\$3.722,32	-----	\$3.764,01
TOTAL	\$25.024,67					\$25.304,96			\$25.588,38

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

MANO DE OBRA

A continuación se muestra una tabla con una lista de las personas que van trabajar en este servicio, y la remuneración que recibirán.

Tabla N° 61.- Mano de obra

ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PA-GAR
				SBU	OTRO	TOTAL	VARIOS	9.45% IESS	TOTAL	
1	Pérez Ortiz Helen Nicole	Gerente General	00-1	\$1.300,00	NA	\$1.300,00	NA	\$122,85	\$122,85	\$1.177,15
2	Torres Bonilla Amy Doménica	Recepcionista	00-2	\$386,00	NA	\$386,00	NA	\$36,47	\$36,47	\$349,53
3	Espinoza Cárdenas Carlos	operario 1	00-3	\$386,00	NA	\$386,00	NA	\$36,47	\$36,47	\$349,53
4	Jaramillo Espinosa María Belén	operario 2	00-3	\$386,00	NA	\$386,00	NA	\$36,47	\$36,47	\$349,53
5	Gordón Saavedra Jorge Rene	operario 3	00-4	\$450,00	NA	\$450,00	NA	\$42,53	\$42,53	\$407,47
	TOTAL			\$2.908,00		\$2.908,00			\$274,79	\$2.633,21

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

PROVISIONES

A continuación se muestra una tabla con las provisiones del personal que conforma parte del Paraíso Canino.

Tabla N° 62.- Provisiones

PATRONAL 11.15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5%	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA 8.33%	VACACIO-NES	TOTAL
\$144,95	\$6,50	\$6,50	\$108,33	\$32,17	\$108,29	\$54,17	\$1.760,82
\$42,93	\$1,93	\$1,93	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$15,63	\$541,99
\$42,93	\$1,93	\$1,93	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$15,63	\$541,99
\$42,93	\$1,93	\$1,93	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$15,63	\$541,99
\$50,18	\$2,25	\$2,25	\$37,50	\$32,17	\$37,49	\$16,67	\$563,17
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA:							\$3.912,98

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

DEPRECIACION

La depreciación consiste en la disminución del valor o precio del inmueble, por ello a continuación se muestra una tabla con los siguientes cálculos:

Tabla N° 63.- Depreciación

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE ANUAL DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL
Edificio	20 años	\$120.000,00	5%	\$6.000,00
Muebles y enseres	10 años	\$1.292,00	10%	\$129,20
Maquinaria y Equipo	10 años	\$4.015,00	10%	\$401,50
Equipos de Computación	3 años	\$610,00	33%	\$201,30
TOTAL		\$12.5917,00	58%	\$6.732,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Proyección de la depreciación:

Tabla N° 64.- Proyección de la depreciación

DETALLE DEL BIEN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Edificio	\$120.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Muebles y enseres	\$1.292,00	\$129,20	\$129,20	\$129,20	\$129,20	\$129,20	\$129,20
Maquinaria y Equipo	\$4.015,00	\$401,50	\$401,50	\$401,50	\$401,50	\$401,50	\$401,50
Equipos de Computación	\$610,00	\$201,30	\$201,30	\$201,30	\$201,30		
TOTAL:	\$12.5917,00	\$6.732,00	\$6.732,00	\$6.732,00	\$6.732,00	\$6.530,70	\$6.530,70

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

5.4 CÁLCULO DE INGRESOS

El precio de venta unitario se lo obtuvo mediante la encuesta y también en base a los precios que tiene la competencia.

Tabla N° 65.- Cálculo de ingresos

			Margen de Utilidad				
servicio	unidad de medida	gasto mensual	%	\$	ingresos mensuales	clientes atendidos al mes	precio de venta unitario
Piscina	dólares	1.223,67	52%	\$7.176,33	\$8.400,00	1680	\$5,00
Estética canina	dólares	611,84	26%	\$3.618,16	\$4.230,00	282	\$15,00
SPA (masajes)	dólares	203,95	6%	\$846,05	\$1.050,00	70	\$15,00
TOTALES:		\$2.039,45			\$13.680,00	2032	\$35,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Proyección de Ingresos

Para poder realizar la proyección de ingresos en un horizonte de tiempo de 5 años. Se ha tomado en cuenta la tasa promedio de inflación del Banco Central del Ecuador que es el 1,12%.

Tabla N° 66.- Proyección de ingresos

PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	PRECIO	TOTAL	PRE-CIO	TOTAL	PRE-CIO	TOTAL	PRE-CIO	TOTAL
		UNI-DAD	AÑO 1	UNIDAD	AÑO 2	UNI-DAD	AÑO 3	UNI-DAD	AÑO 4	UNI-DAD	AÑO 5
Piscina	1680	\$5	\$100.800,00	\$5,10	\$101.928,96	\$5,16	\$103.070,56	\$5,22	\$104.224,95	\$5,28	\$105.392,27
Estética canina	282	\$15	\$50.760,00	\$15,17	\$51.328,51	\$15,34	\$51.903,39	\$15,51	\$52.484,71	\$15,68	\$53.072,54
SPA (masajes)	70	\$15	\$12.600,00	\$15,17	\$12.741,12	\$15,34	\$12.883,82	\$15,51	\$13.028,12	\$15,68	\$13.174,03
TOTALES:	2032		\$164.160,00		\$165.998,59		\$167.857,77		\$169.737,78		\$171.638,84

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

5.5. FLUJO DE CAJA

A continuación se presenta una tabla en la cual se muestra el flujo de caja para poder determinar si hay o no problemas de liquidez. Se ha tomado en cuenta la tasa promedio de inflación del Banco Central del Ecuador que es el 1,12%.

Tabla N°67.- Flujo de caja

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	INGRESOS						
+	Ventas		164.160,00	165.998,59	167.857,77	169.737,78	171.638,84
+	Ventas en Activos						
-	Costo de Ventas		3.600,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
-	Gastos Administrativos Ventas		20.513,15	20.742,90	20.975,22	21.210,14	21.447,69
-	Depreciación		6.732,00	6.807,40	6.883,64	6.960,74	7.038,70
-							
-							
=	Utilidad Operacional		133.314,85	134.807,97	136.317,82	137.844,58	139.388,44
-							
=	Utilidad Antes de Impuestos		133.314,85	134.807,97	136.317,82	137.844,58	139.388,44
-	15% Participación Trabajadores		19.997,23	20.221,20	20.447,67	20.676,69	20.908,27
=	Utilidad Gravable		113.317,62	114.586,77	115.870,15	117.167,89	118.480,17

-	25% Impuesto Renta		28.329,41	28.646,69	28.967,54	29.291,97	29.620,04
=	Utilidad Neta		84.988,21	85.940,08	86.902,61	87.875,92	88.860,13
-	Inversión Activo Fijo Diferido	138.795,50					
-	Capital Trabajo	3.040,00					
+	Préstamo Bancario						
-	Alícuota Préstamo			-	-	-	-
+	Gasto Depreciación		6.732,00	6.807,40	6.883,64	6.960,74	7.038,70
+	Gasto Amortización		-	-	-	-	-
=	FLUJO NETO DE EFECTIVO	- 141.835,50	91.720,21	92.747,48	93.786,25	94.836,66	95.898,83

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio indica el nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos y esto quiere decir que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero, o sea no gana dinero pero tampoco pierde.

En unidades de monetarias: (Grandes Pymes, 2014). Los valores que se tomaron para aplicar la fórmula del punto de equilibrio fueron mensuales.

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Punto de equilibrio en USD} = & & \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}} \\
 & 1 - & \\
 & & \frac{2220,00}{1542,00} \\
 \text{PE} = & 1 - & \frac{2220,00}{13680,00} \\
 & & \\
 \text{PE} = & 1 - & \frac{2220,00}{0,112} \\
 & & \\
 \text{PE} = & & \frac{2220,00}{0,887}
 \end{array}$$

$$\text{PE} = \$ 2.502,03$$

Este cálculo representa un momento de la empresa. Bajo esta modalidad el punto de equilibrio se obtiene como una cifra monetaria de ventas y no en unidades. Lo que quiere decir que en este caso el punto de equilibrio se encontrará cuando las ventas estén en \$2.502,03

5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Este instrumento permite saber si el proyecto resulta o no rentable, y se lo proyectará con la inflación que es del 1,12%. (Banco Central, 2017)

Tabla N°68.- Estado de resultado proyectado

DESCRIPCIÓN		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	164.160,00	165.998,59	167.857,77	169.737,78	171.638,84
(-)	Costo de Ventas	3.600,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	160.560,00	162.358,27	164.176,68	166.015,46	167.874,83
(-)	Gastos de Venta	3.600,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	156.960,00	158.717,95	160.495,59	162.293,14	164.110,82
(-)	Gastos Administrativos	20.513,15	20.742,90	20.975,22	21.210,14	21.447,69
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	136.446,85	137.975,05	139.520,37	141.083,00	142.663,13
(-)	Gastos Financieros					
(+)	Otros ingresos					
(-)	Otros Egresos	6.732,00	6.807,40	6.883,64	6.960,74	7.038,70
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	129.714,85	131.167,65	132.636,73	134.122,26	135.624,43
(-)	15% Participación Trabajadores	19.457,22	19.675,15	19.895,51	20.118,33	20.343,66
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	110.257,62	111.492,50	112.741,22	114.003,92	115.280,77
(-)	Impuesto a la renta (22%)	24.256,68	24.528,35	24.803,07	25.080,86	25.361,76
(=)	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	86.000,94	86.964,14	87.938,15	88.923,06	89.919,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

El valor actual neto es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. (Alonso de Molina, 2017).

La determinación del VAN se la hace a través de los flujos de efectivo futuros, que en este caso son 5 años, y se le resta la inversión inicial. El riesgo de la inversión fue en base a veterinarias y pet shops (10%). (Sofía Samaniego, 2010)

Tabla N°69.- VAN

TMAR	VAN
10%	193.618,78
20%	114.629,41
30%	65.630,99
40%	34.068,14
50%	13.121,83
60%	-1.104,56

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Riesgo de inversión: El Riesgo de inversión en este caso es específico asociado a las particularidades propias del giro de negocio y la inflación se la tomo anualmente de la fuente INEC, del año 2017.

Tabla N°70.- TMAR

TMAR	
Riesgo de la inversión	10,00%
Inflación	1,12%
TOTAL	11,12%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

El valor actual neto para la creación de la empresa El Paraíso Canino, es positivo, es decir mayor a 1, por lo que se muestra que el proyecto es viable.

a.2) Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno es el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para que este proyecto sea rentable.

Tabla N°71.- TIR

TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	Flujo Neto Efectivo
0	141.835,50
1	91.720,21
2	92.747,48
3	93.786,25
4	94.836,66
5	95.898,83
TIR	59,02%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

a.3) Beneficio Costo

El cálculo del Beneficio / Costo es de $3,29 > 1$, por lo que se demuestra que el proyecto es viable ya que se obtendrá por cada dólar invertido una ganancia de \$2,29.

<u>SUMATORIA DE FLUJOS</u>		<u>\$468.989,43</u>
INVERSIÓN	=	-\$142.636,50
RBC	=	3,29

Relación costo beneficio:

<u>INVERSIÓN</u>		<u>\$142.636,50</u>
SUMATORIA DE FLUJOS	=	\$468.989,43
RCB	=	\$0,30

a.4) Período de Recuperación

Esta medida, indica el tiempo en que se tarda recuperar la inversión. Y se aplica la siguiente fórmula:

$$PRI = b + \frac{A - B}{C - B}$$

Dónde:

b = año inmediato de la inversión

A = inversión

B = valor inmediato inferior al valor invertido

C = valor inmediato superior al valor invertido

Flujos:

Tabla N°73.- Flujos acumulados

AÑOS		FNE		FNE acumulados
0	A	\$141.835,50		
1		\$91.720,21		\$91.720,21
2		\$92.747,48	B	\$184.467,69
3		\$93.786,25	C	\$278.253,94
4		\$94.836,66		\$373.090,60
5		\$95.898,83		\$468.989,43

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación propia

Entonces:

$$\text{PRI} = 2 + \frac{184.467,69 - 141.835,50}{278.253,94 - 184.467,69}$$

$$\text{PRI} = 2 + \frac{42.632,19}{93.786,25}$$

$$\text{PRI} = 2 + 0,46$$

$$\text{PRI} = 2,46$$

PRI = 2 años 4 meses 6 días

Gracias a la fórmula de periodo que se aplicó, el cálculo realizado demuestra que la inversión será recuperada en el segundo año y cuatro meses de funcionamiento.

b) Razones

b.1) Liquidez

La liquidez se refiere a la capacidad que va a tener la empresa para cumplir todas sus obligaciones financieras en un periodo de tiempo muy corto. Es por esto que es sumamente necesario revisar periódicamente este indicador para de esta forma saber cuándo es posible adquirir nuevos compromisos o saber en qué condiciones se encuentra la situación financiera de la empresa, tratando siempre evitar gastos innecesarios.

b.2) Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia. (Crece Negocios, 2017)

$$= \frac{UTILIDADES\ BRUTAS}{VENTAS}$$

$$= \frac{160.560,00}{164.160,00}$$

$$= 97\%$$

La utilidad bruta es del 97% de las ventas, por lo que se concluye diciendo que el negocio es rentable y aceptable.

Conclusiones:

En base a la investigación de mercado se observa que la población de este sector está dispuesta a adquirir los servicios que ofrecerá El Paraíso Canino, ya que la mayoría de personas consideran que es un negocio innovador.

El impacto social causado por El Paraíso Canino sería sumamente importante ya que cambiaría la forma con que se ha venido dando estos servicios, de una manera eficiente para los clientes.

Los resultados financieros muestran un alto nivel de rentabilidad para este proyecto que además genera una tasa de retorno muy atractiva y con posibilidad de expansión.

Recomendaciones:

Capacitar al personal sobre todos los servicios que la empresa brinda, sobre cómo obtener un mejor uso de los mismos. Además de llevar un sistema de gestión documental ordenado y actualizado con datos de los clientes e información de ellos.

Realizar una fuerte publicidad de la marca para comunicar a todas las personas sobre los beneficios y ventajas que un perro adquiere al acudir a una piscina totalmente apta para el animal.

Es muy recomendable administrarles a los perros un tratamiento antiparasitario algunas semanas antes y además tener la cartilla de vacunación al día.

ANEXOS

Accesorios	
 Arnés, correa	 Balanceado
 Hueso juguete	 Llaveros
 Bebedero portátil	 Placas



Proformas de la maquinaria y equipo de trabajo:

[Juegos y Mascotas](#) > [Perros](#) > [Estética y Cuidado](#)

Compartir | Vender



Nuevo

**Tina De Mascota
Peluqueria Canina**

U\$S 350

Pago a acordar con el vendedor

Más información

 Entrega a acordar con el vendedor

Quito, Pichincha (Quito)

[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Activar Windows



Nuevo - 793 vendidos

Maquina Eléctrica Para Mascotas Cortadora Razuradora Oferta

U\$S 12⁴⁸

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Más información](#)

Cantidad:

[Volver al listado](#) | [Salud y Belleza](#) > [Equipamiento Médico](#)

[Compartir](#) | [Vender uno](#)



Nuevo - 16 vendidos

Set Kit Diagnostico Otoscopio Oftalmoscopio Veterinaria Vet

U\$S 104

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Más información](#)

Cantidad:

1

Comprar

[Animales y Mascotas](#) > [Perros](#) > [Transportadores](#)

[Compartir](#) | [Vender uno](#)



Nuevo - 52 vendidos

Jaula Plegable Metálica Perro Grande Incluye Bandeja C31503

U\$S 92

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Ver costos de envío](#)

Cantidad:



Nuevo - 205 vendidos

Balanza De Plataforma 100 Kg / 220 Lb Recargable 110 Voltios

U\$S 55⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Cuenca, Azuay

[Ver costos de envío](#)

Cantidad:

1

Comprar



Precio de venta
\$180



2800W

Patrocinado

Secador de pelo de la albornoz del hogar del cuidado del animal doméstico del secador del pelo del perro 2800w con el calentador para las velocidades altas de los perros del gato

de Iglobalbuy

EUR 80,99

Descripción del producto

... 3 kg El paquete incluye: 1 x secador 1 x manguera flexible 3 x ...



Patrocinado

Display4top Pantalla Profesional 2800 W Low Noise Perros Cuidado secador Calor Ajustable y Velocidad (Blau) de Display4top

EUR 62,99 ^{prime}
Envío GRATIS disponible

PISCINAS PARA PERROS



Imagen tomada en España Madrid, en la primera piscina para perros



Entrada tipo playa

Fotografías de una piscina para perros en Londres



Primera piscina para perros en Madrid



Bibliografía:

Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338.

Alonso de Molina. (2017). *Fundamentos financieros: el valor actual neto*. 20 de junio del 2018, de Universidad ESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>

Banco Central del Ecuador. (2017). *Ecuador: reporte mensual de inflación*. 20 de junio del 2018, de BCE Sitio web: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201805.pdf>

Crece Negocios. (2017). *Definición de rentabilidad*. 20 de junio del 2018, de Crece Negocios Sitio web: <https://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>

Cilleruelo, E. (2007). Compendio de definiciones del concepto «Innovación» realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto. *Dirección y Organización*, (34), 91-98.

Cuida tu Futuro. (2008). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. 9 de mayo de 2018, de Programa de educacion financiera "Solidario" Sitio web: <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>

Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar. Revista de ciencias administrativas y sociales*, 15(25).

El Comercio. (2011). *Ecuador gasta \$ 40 millones en sus mascotas*. 24 de abril del 2018, de El Universo Sitio web: <https://www.eluniverso.com/2011/11/03/1/1356/ecuador-gasta-40-millones-alimentar-sus-mascotas.html>

Grandes Pymes. (2014). *Cómo calcular el punto de equilibrio de su negocio*. 20 de junio del 2018, de Grandes Pymes Sitio web: <http://www.grandespymes.com.ar/2012/12/26/como-calcular-el-punto-de-equilibrio-de-su-negocio-que-significa-para-la-gestion-de-su-negocio>

Grupo Multimedia Lauman. (2017). *La Cadena de Suministro en el ámbito de los servicios*. 26 de abril del 2018, de El Financiero Sitio web: <http://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/la-cadena-de-suministro-en-el-ambito-de-los-servicios>.

INEC. (2010). *Fascículo Provincial Pichincha*. 29 de diciembre del 2017, de Instituto nacional de estadística y censos Sitio web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.

Idalberto Chiavenato. *Administracion de Recursos Humanos*, (2001). Editorial Nómós S.A. Colombia.

Idalberto Chiavenato. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A.

Lanuque, A. (2014). *Las 5 fuerzas de Porter*.

Mercado Libre. (2017). *Accesorios para perros*. 20 de julio del 2018, de Mercado Libre Sitio web: <https://www.mercadolibre.com.ec/>

Mercè Garcia. (2018). *Circuito de Agility*. 13 de junio del 2018, de ExpertoAnimal Sitio web: <https://www.expertoanimal.com/circuito-de-agility-20067.html>

Redacct. (2017). *Registrar una marca en Ecuador*. 9 de mayo de 2018, de El emprendedor Sitio web: <http://www.elemprendedor.ec/registrar-una-marca-en-ecuador/>

Sofia Samaniego. (2010). *estudio de factibilidad para la creacion de una empresa de servicios "world pets" spa, shop & kinder*. 18 de agosto del 2018, de Universidad Ecotec Sitio web: http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_grado/1585_2010_CEE_SSAMANIEGO_01.pdf

SST Asesores . (2014). *Ley y seguridad en el trabajo*. 26 de abril del 2018, de S.A.C Sitio web: <http://www.sstasesores.pe/index.php/servicios>

Superintendencia de Compañías. (2016). *Ley de Compañías*. 09 de mayo de 2018, de Registro Mercantil Sitio web: http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

TACTIO. (2017). *Organización funcional, la estructura de la empresa*. 28 de diciembre del 2017, de TACTIO MAGAZINE Sitio web: <http://www.tactio.es/pdfs/tactiomagazine6.pdf>

Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente. *Rev Med (Bolivia)*.

Universidad ESAN. (2015). *publicidad ATL*. 29 de diciembre del 2017, de ESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/cual-diferencia-entre-publicidad-atl-btl/>