



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL PARA
GATOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS COMERCIALES

AUTORAS:

JENNIFER JAHAIRA SAA ESPARZA

SYLVIA DENISSE VEGA MARTÍNEZ

DIRECTOR:

ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, JULIO 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como propósito determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada al cuidado de mascotas felinas, mediante la modalidad de hospedaje, su ubicación será en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, para lo cual se han realizado los estudios necesarios que determinarán el éxito o fracaso de la misma. Se realizó un diagnóstico situacional externo mediante el cual pudimos identificar los factores que van a influir en la puesta en marcha de nuestra propuesta. A partir del estudio de mercado se pudo determinar la carencia de servicios similares al que se propone en el presente trabajo, por lo que en la actualidad no existe competencia para este tipo de negocio. Al realizar el estudio acerca de la ingeniería del proyecto logramos identificar la mejor ubicación para nuestra empresa, esta será al norte de la ciudad de Quito específicamente en la Avenida de la Prensa y Pablo Picasso, ya que este sector brinda todas las condiciones necesarias para el adecuado funcionamiento de la empresa, también se definió cómo realizaremos las inversiones fijas y diferidas que requiere el proyecto. En el estudio financiero se calcula que la inversión que realizaremos será de 34.774,10 dólares, el proyecto se piensa financiar en un 42,49% por las investigadoras y 57,51% a través de una de las entidades financieras de la ciudad de Quito. En la propuesta administrativa damos a conocer que la empresa estará registrada como una compañía de Responsabilidad Limitada, exponemos la estructura legal y los aspectos laborales mediante los cuales se registrará la empresa. Finalmente se evaluaron los impactos que generará nuestro proyecto, los cuales son: económico, social, empresarial y comercial, dando como resultado un futuro prometedor. Con todo lo expuesto se justifica y se sustenta la necesidad de brindar nuestros servicios a toda la ciudadanía.

SUMMARY

This Project has as its purpose to determine the feasibility to create a company dedicated to caring cats by hosting mode (cat hotel). Its location will be in the city of Quito, Pichincha province, for which we have conducted the necessary studies to determine the success or failure of the same.

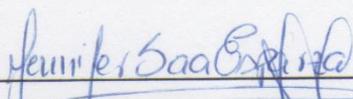
External situation analysis by which we could identify the factors that will influence the implementation of our proposal was carried. From market research we could determine the lack of services similar to the proposed, so there is currently no competition for this type of business. To conduct the study on the engineering of the Project we can identify the best location for our company. This will be at north of the city of Quito, specifically in Av. La Prensa and Pablo Picasso Street, as this sector provides all the necessary conditions for the proper functioning of the cat hotel. Also was defined how we will realize the fixed and deferred investments required for the Project. In the financial study we estimate that the investment of the Project will be US\$ 34.774,10. The Project is intended to be financed 42, 49 % by the researchers and 57, 51 % through one of the Quito financial institutions.

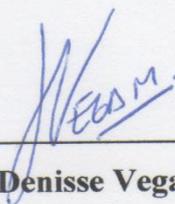
In the administrative proposal we present that the company will be registered as a limited liability company.

Finally, Project impacts were evaluated which are: economic, social business and trade, resulting in a successful future. Because of this, is justified and supported the need to provide our services to the entire citizens.

AUTORÍA

Nosotras, Jennifer Jahaira Saa Esparza y Sylvia Denisse Vega Martínez, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.



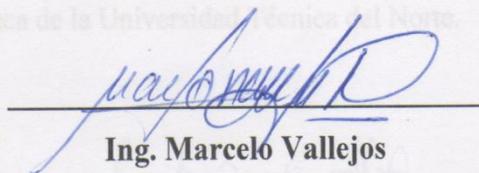
Jennifer Jahaira Saa Esparza**CI. 080277529-6**

Sylvia Denisse Vega Martínez**CI. 172107310-2**

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las Srtas. Jennifer Jahaira Saa Esparza y Sylvia Denisse Vega Martínez, para optar por el Título de Ingeniería Comercial, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL PARA GATOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Jurado Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Julio 2014.

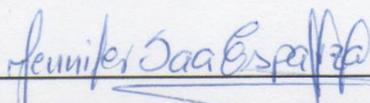


Ing. Marcelo Vallejos

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

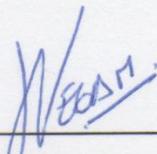
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotras, Jennifer Jahaira Saa Esparza con cédula de identidad N°080277529-6 y Sylvia Denisse Vega Martínez con cédula de identidad N°172107310-2, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL PARA GATOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento de la entrega del trabajo final, en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Jennifer Jahaira Saa Esparza

CI.080277529-6



Sylvia Denisse Vega Martínez

CI. 172107310-2

Ibarra, Julio 2014.

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 080277529-6 |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Saa Esparza Jennifer Jahaira |
| DIRECCIÓN: | Condamine y Solano Vicentina Alta |
| EMAIL: | Jennifersaa1984@hotmail.com |
| TELÉFONO FIJO: | 022552977 |

| DATOS DE CONTACTO | |
|-----------------------------|---|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 172107310-2 |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Vega Martínez Sylvia Denisse |
| DIRECCIÓN: | Av. Juan de Selis OE2-113 y Mariano Pozo |
| EMAIL: | denichi_8@msn.com |
| TELÉFONO FIJO: | 022808936 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|---------------------------------|--|
| TÍTULO: | “Estudio de factibilidad para la creación de un hotel para gatos en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha”, |
| AUTORAS: | Saa Esparza Jennifer Jahaira Vega Martínez Sylvia Denisse |
| FECHA: | 2014-07 |
| PROGRAMA: | PREGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTAN: | Ingeniería Comercial |
| ASESOR/ DIRECTOR: | Ing. Marcelo Vallejos |

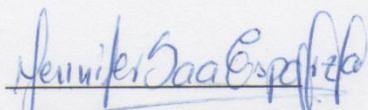
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Jennifer Jahaira Saa Esparza con cédula de identidad N°080277529-6 y Sylvia Denisse Vega Martínez, con cédula de identidad N° 172107310-2, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros. Ibarra, Julio 2014.

LAS AUTORAS



Jennifer Saa E.

C.I 080277529-6



Sylvia Vega

C.I.172107310-2

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a nuestras familias, a nuestros amigos más queridos, y a todos y cada uno de nuestros maestros por todas sus enseñanzas, su tiempo y el apoyo brindado a lo largo de este camino universitario, ya que fueron, son y serán una pieza fundamental en nuestras vidas.

Al igual que es dedicado a nosotras por el esfuerzo y perseverancia que hemos puesto para alcanzar nuestro objetivo de convertirnos en profesionales y que durante estos años se ha reflejado en nuestro desenvolvimiento académico y al finalizar esta hermosa etapa estamos cosechando el fruto de nuestro arduo trabajo, al igual que ha fortalecido nuestra amistad y nos ha permitido culminar este proyecto manteniéndonos unidas e incrementando nuestro cariño mutuo, sincero y desinteresado.

Finalmente esta tesis está dedicada a nuestra fuente de inspiración: los gatos, ya que sin ellos este proyecto no existiría, y especialmente a los nuestros que a más de ser nuestras mascotas, son los seres que nos acompañan a diario y son parte de nuestras vidas y merecen ser tratados dignamente.

Jennifer Jahaira Saa Esparza

Sylvia Denisse Vega Martínez

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a Dios por darnos vida y sabiduría para cumplir nuestras metas, a nuestros Padres y familias, por acompañarnos y apoyarnos incondicionalmente en nuestras vidas, por su paciencia y perseverancia para ayudarnos a convertirnos en profesionales, por ser nuestro pilar y fortaleza para continuar con nuestro camino profesional y por su ejemplo que diariamente nos impulsa a convertirnos en mujeres exitosas y de bien.

Al igual que guardamos un profundo agradecimiento a todos y cada uno de nuestros maestros por su dedicación y enseñanzas, especialmente a nuestro tutor de tesis el Ingeniero Marcelo Vallejos; y finalmente a nuestros compañeros de carrera que durante estos 5 años se convirtieron en nuestros más cercanos amigos y constituyen un apoyo en nuestras vidas.

Jennifer Jahaira Saa Esparza

Sylvia Denisse Vega Martínez

PRESENTACIÓN

El presente proyecto ha sido elaborado con la finalidad de plantear un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL PARA GATOS EN LA CIUDAD DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

En primer lugar se considera realizar un Diagnóstico Situacional, a través de análisis externo e interno, mediante los cuales se pudieron determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades existentes en el entorno.

Por medio de las investigaciones bibliográficas y documentales obtenidas de fuentes secundarias como libros, revistas e internet se adquieren fundamentales conceptos que permite sustentar el Marco Teórico del presente proyecto.

A través del Estudio de Mercado se determinará la pre factibilidad del proyecto, analizando datos importantes relacionados, como las expectativas del mercado en lo referente al producto, precio, oferta, demanda y canales de distribución, con la finalidad de obtener información oportuna para la toma de decisiones.

En el capítulo cuarto se muestra de manera detallada, la localización, tanto macro como micro; de esta manera se busca encontrar el mejor lugar para la puesta en marcha del negocio, además de la distribución óptima de las instalaciones.

Mediante la realización de un estudio de factibilidad económico financiera, en donde se determina los ingresos, costos y utilidades a generarse en la prestación del servicio, se obtiene indicadores como la TIR, el VAN, el punto de equilibrio y el costo-beneficio, con la finalidad de calcular y estimar los beneficios netos que se espera generar de la inversión del proyecto.

La Estructura Organizacional sirve para establecer los requisitos necesarios para la conformación de la microempresa, por medio de la determinación de la razón social, visión, misión, políticas, organigrama estructural, competencias y funciones.

En el Estudio de Impactos se determinará el nivel de los posibles efectos que la ejecución del proyecto generará en el entorno, a través de matrices e indicadores.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un hotel para gatos en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, a través del análisis del mercado e indicadores financieros, que permita determinar las inversiones y recuperación del capital.

1.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional, para conocer las bases del inicio de la investigación.
- Desarrollar un marco teórico, a través del análisis bibliográfico de la creación de empresas.
- Realizar un estudio de mercado, que permita obtener información del campo en donde se realiza la investigación para determinar la oferta y la demanda existente.
- Describir a través de un estudio técnico la localización ideal del proyecto y sus procesos.
- Evaluar financiera y económicamente el proyecto, para conocer la incidencia directa de los recursos económicos requeridos para la puesta en marcha de la propuesta.
- Desarrollar una propuesta administrativa, que genere la filosofía empresarial, su organización administrativa y plan de mercado.
- Establecer los impactos sociales, económicos y culturales que influyen en la propuesta de investigación.

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|-----|
| Cuadro No. 1. Matriz de relación diagnóstica | 29 |
| Cuadro No. 2. Producción total del Ecuador | 35 |
| Cuadro No. 3. Evolución del índice de precios al consumidor..... | 36 |
| Cuadro No. 4. Tasas de interés | 37 |
| Cuadro No. 5. PEA 2008-2012 | 38 |
| Cuadro No. 6. Matriz AOOR..... | 43 |
| Cuadro No. 7. Matriz de ponderación..... | 44 |
| Cuadro No. 8. Cruces estratégicos | 45 |
| Cuadro No. 9. Segmentación de mercado..... | 71 |
| Cuadro No. 10. Número de encuestados que tiene mascotas | 74 |
| Cuadro No. 11. Mascota de preferencia de los encuestados..... | 75 |
| Cuadro No. 12. Nivel de disposición | 76 |
| Cuadro No. 13. Disponibilidad de pago..... | 77 |
| Cuadro No. 14. Servicios adicionales | 78 |
| Cuadro No. 15. Número de días de posible contrato | 79 |
| Cuadro No. 16. Medios de comunicación..... | 80 |
| Cuadro No. 17. Universo | 82 |
| Cuadro No. 18. Demanda actual del servicio | 82 |
| Cuadro No. 19. Demanda proyectada | 83 |
| Cuadro No. 20. Demanda Insatisfecha Proyectada..... | 85 |
| Cuadro No. 21. Demanda insatisfecha por servicio..... | 85 |
| Cuadro No. 22. Cronograma de servicios | 93 |
| Cuadro No. 23. Matriz de locación..... | 95 |
| Cuadro No. 24. Equipos de oficina..... | 98 |
| Cuadro No. 25. Muebles y enseres | 98 |
| Cuadro No. 26. Instalación y mejoras..... | 98 |
| Cuadro No. 27. Equipos de computación | 98 |
| Cuadro No. 28. Instrumentos | 99 |
| Cuadro No. 29. Inversión fija | 99 |
| Cuadro No. 30. Inversión activos diferidos | 100 |
| Cuadro No. 31. Insumos servicio de hospedaje..... | 100 |
| Cuadro No. 32. Insumos servicio de cepillado | 101 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro No. 33. Costo de Ventas..... | 101 |
| Cuadro No. 34. Gastos Suministros..... | 102 |
| Cuadro No. 35. Gastos servicios básicos | 102 |
| Cuadro No. 36. Gasto arriendo | 102 |
| Cuadro No. 37. Promoción y publicidad | 103 |
| Cuadro No. 38. Gastos servicio de terceros | 103 |
| Cuadro No. 39. Gastos sueldos y salarios año 1 | 103 |
| Cuadro No. 40. Gastos sueldos y salarios año 2 | 104 |
| Cuadro No. 41. Gastos sueldos y salarios año 3 | 104 |
| Cuadro No. 42. Gastos sueldos y salarios año 4 | 104 |
| Cuadro No. 43. Gastos sueldos y salarios año 5 | 104 |
| Cuadro No. 44. Depreciaciones | 105 |
| Cuadro No. 45. Gastos diferidos..... | 105 |
| Cuadro No. 46. Capital de trabajo | 106 |
| Cuadro No. 47. Presupuesto de acuerdo al criterio de inversión..... | 108 |
| Cuadro No. 48. Precio en relación a la competencia indirecta | 108 |
| Cuadro No. 49. Ingresos por hospedaje y alimentación | 109 |
| Cuadro No. 50. Ingresos por cepillado | 109 |
| Cuadro No. 51. Ingresos proyectados hospedaje | 110 |
| Cuadro No. 52. Ingresos proyectados de cepillado..... | 110 |
| Cuadro No. 53. Resumen de ingresos proyectados..... | 111 |
| Cuadro No. 54. Proyección de costos por servicio de hospedaje | 112 |
| Cuadro No. 55. Proyección de costos por servicio de cepillado..... | 112 |
| Cuadro No. 56. Costo de ventas proyectado..... | 112 |
| Cuadro No. 57. Proyección de gastos | 113 |
| Cuadro No. 58. Estructura del financiamiento..... | 113 |
| Cuadro No. 59. Tabla de amortización | 114 |
| Cuadro No. 60. Estado del resultados proyectados..... | 116 |
| Cuadro No. 61. Estado de situación financiera..... | 117 |
| Cuadro No. 62. Estado de flujos de efectivo | 118 |
| Cuadro No. 63. Tasa de descuento..... | 119 |
| Cuadro No. 64. VAN | 119 |
| Cuadro No. 65. TIR | 120 |
| Cuadro No. 66. Período de recuperación de la inversión | 121 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro No. 67. Relación beneficio costo | 122 |
| Cuadro No. 68. Datos para calcular el punto de equilibrio..... | 123 |
| Cuadro No. 69. Costos fijos..... | 123 |
| Cuadro No. 70. Costos variables..... | 123 |
| Cuadro No. 72. Análisis de Sensibilidad | 124 |
| Cuadro No. 73. Matriz de ideas para la determinación del nombre | 127 |
| Cuadro No. 74. Conformación del capital | 133 |
| Cuadro No. 75. Detalle del puesto de trabajo – Gerente | 135 |
| Cuadro No. 76. Detalle del puesto de trabajo – Secretaria | 136 |
| Cuadro No. 77. Detalle del puesto de trabajo – Veterinario..... | 136 |
| Cuadro No. 78. Detalle del puesto de trabajo – Auxiliar..... | 137 |
| Cuadro No. 79. Detalle del puesto de trabajo – Encargado de limpieza | 137 |
| Cuadro No. 80. Detalle del puesto de trabajo – Contador | 138 |
| Cuadro No. 81. Detalle del puesto de trabajo – Estilista | 139 |
| Cuadro No. 82. Precios por servicio | 142 |
| Cuadro No. 83. Niveles de impacto | 146 |
| Cuadro No. 84. Valoración del impacto económico..... | 146 |
| Cuadro No. 85. Valoración impacto social..... | 147 |
| Cuadro No. 86. Valoración del impacto empresarial..... | 147 |
| Cuadro No. 87. Valoración del impacto ambiental..... | 148 |
| Cuadro No. 88. Resumen general de impactos | 149 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico No. 1. Inversión pública (en millones de USD)..... | 33 |
| Gráfico No. 2. Ejecución de la inversión en 2012 | 34 |
| Gráfico No. 3. Fuerzas de Porter de la industria..... | 40 |
| Gráfico No. 4. Simbología Flujograma..... | 51 |
| Gráfico No. 5. Número de encuestados que tiene mascotas | 74 |
| Gráfico No. 6. Mascota de preferencia de los encuestados | 75 |
| Gráfico No. 7. Nivel de disposición..... | 76 |
| Gráfico No. 8. Disponibilidad de pago | 77 |
| Gráfico No. 9. Servicios adicionales..... | 78 |
| Gráfico No. 10. Número de días de posible contrato..... | 79 |
| Gráfico No. 11. Medios de comunicación | 80 |
| Gráfico No. 12. Flujograma de procesos | 91 |
| Gráfico No. 13. Mapa de macrolocalización | 93 |
| Gráfico No. 14. Mapa de micro localización..... | 96 |
| Gráfico No. 15. Distribución del local..... | 97 |
| Gráfico No. 17. Logotipo..... | 127 |
| Gráfico No. 18. Organigrama estructural | 134 |
| Gráfico No. 19. Canal de Distribución | 144 |

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-------|
| PORTADA | i |
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| SUMMARY | iii |
| AUTORÍA | iv |
| CERTIFICACIÓN | v |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | vi |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | vii |
| DEDICATORIA | x |
| AGRADECIMIENTO | xi |
| PRESENTACIÓN | xii |
| OBJETIVOS DEL PROYECTO | xiv |
| Objetivo general | xiv |
| Objetivos específicos | xiv |
| ÍNDICE DE CUADROS | xv |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xviii |
| ÍNDICE GENERAL | xix |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES | xxv |
| ÍNDICE DE ANEXOS | xxv |
| CAPÍTULO I | 26 |
| Diagnóstico situacional | 26 |
| Antecedentes | 26 |
| Matriz de Relación Diagnóstica | 28 |
| Análisis Externo | 30 |
| Macro ambiente PEST | 30 |
| Microambiente | 40 |
| Análisis interno | 42 |
| Análisis Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AORR) | 42 |
| Ponderación | 43 |
| Identificación del Problema diagnóstico | 45 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO II | 47 |
| Marco teórico | 47 |
| Preparación y evaluación del proyecto | 47 |
| La Empresa | 48 |
| Contabilidad..... | 48 |
| Estudio de mercado..... | 49 |
| Segmentación | 49 |
| Tamaño de la muestra | 49 |
| Investigación de Campo | 50 |
| Análisis de la Demanda | 50 |
| Análisis de la oferta | 51 |
| Flujograma de procesos | 51 |
| Estudio técnico | 52 |
| Tamaño del proyecto..... | 52 |
| Estudio Económico | 52 |
| Inversión inicial..... | 52 |
| Costos | 52 |
| Ingresos | 52 |
| Financiamiento | 53 |
| Estados financieros | 53 |
| Flujo de caja | 53 |
| Punto de equilibrio..... | 54 |
| Evaluación de factibilidad financiera | 54 |
| Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 54 |
| Valor Actual Neto (VAN)..... | 55 |
| Razón Beneficio - Costo..... | 56 |
| La ciudad de Quito..... | 57 |
| Actividad comercial | 57 |
| Historia del Gato en el mundo..... | 57 |
| Domesticación del gato | 57 |
| Antiguo Egipto | 59 |
| Usos del gato | 59 |
| Época moderna..... | 60 |

| | |
|--|----|
| Principales razas y cuidados de las mascotas felinas | 61 |
| Razas | 61 |
| Anatomía del Gato | 65 |
| Cuidados del Cachorro | 66 |
| Cuidados del Adulto..... | 66 |
| Vacunación | 67 |
| Marco Conceptual..... | 67 |
| CAPÍTULO III | 69 |
| Estudio de mercado..... | 69 |
| Planteamiento del problema de investigación..... | 69 |
| Identificación del servicio..... | 69 |
| Características | 69 |
| Consumidor del servicio | 70 |
| Estructura del mercado | 70 |
| Población..... | 70 |
| Segmentación..... | 70 |
| Tamaño de la muestra | 71 |
| Investigación de Campo | 72 |
| Diseño de la encuesta | 72 |
| Prueba piloto | 72 |
| Levantamiento de la investigación..... | 72 |
| Tabulación y procesamiento de la información..... | 74 |
| Análisis de la Demanda | 81 |
| Factores que la afectan | 81 |
| Comportamiento Histórico..... | 81 |
| Demanda actual | 81 |
| Proyección de la demanda..... | 83 |
| Análisis de la oferta | 83 |
| Factores que la afectan | 84 |
| Comportamiento Histórico..... | 84 |
| Proyección de la demanda insatisfecha..... | 84 |
| Participación de la demanda insatisfecha..... | 84 |
| Conclusiones | 86 |

| | |
|--|-----|
| CAPÍTULO IV | 87 |
| Ingeniería del Proyecto | 87 |
| Descripción del producto | 87 |
| Características | 87 |
| Tecnología requerida..... | 89 |
| Insumos requeridos | 90 |
| Descripción del proceso..... | 90 |
| Diagrama de flujo | 90 |
| Tamaño del proyecto..... | 91 |
| Tamaño del proyecto en función de la demanda. | 92 |
| Tamaño del proyecto en función de la materia prima | 92 |
| Tamaño del proyecto en función de la maquinaria, equipo, tecnología..... | 92 |
| Tamaño del proyecto en función del financiamiento | 92 |
| Localización del proyecto | 93 |
| Macro localización..... | 93 |
| Micro localización | 94 |
| Distribución del local | 96 |
| Análisis de la inversión | 97 |
| Inversión fija..... | 97 |
| Inversión diferida..... | 99 |
| Costos y gastos | 100 |
| Capital de Trabajo..... | 105 |
| CAPITULO V | 107 |
| Estudio económico y financiero..... | 107 |
| Presupuestos | 107 |
| De inversión..... | 107 |
| Proyección de Ingresos..... | 108 |
| Proyección de Egresos..... | 111 |
| Estructura del financiamiento..... | 113 |
| Estados Financieros | 115 |
| Estado del resultado | 116 |
| Estado de situación financiera | 117 |
| Estado de flujos de efectivo del período | 117 |

| | |
|--|-----|
| Determinación de la Tasa de Descuento | 118 |
| Criterios de Evaluación | 119 |
| Punto de Equilibrio | 122 |
| Análisis de Sensibilidad..... | 124 |
| Conclusiones del capítulo | 125 |
| CAPITULO VI..... | 126 |
| Propuesta Administrativa..... | 126 |
| La empresa..... | 126 |
| Nombre o razón social..... | 126 |
| Titularidad de propiedad de la empresa | 127 |
| Tipo de Empresa..... | 128 |
| Base Filosófica | 128 |
| Misión | 128 |
| Visión | 128 |
| Principios y Valores | 128 |
| Estructura Legal | 129 |
| Conformación de capital..... | 133 |
| Marco Legal..... | 133 |
| Aspectos Fiscales..... | 133 |
| Organización y Recursos Humanos..... | 134 |
| Organigrama Estructural..... | 134 |
| Descripción de funciones..... | 135 |
| Aspectos Laborales | 139 |
| Seguridad y salud industrial | 141 |
| Plan Estratégico y de Marketing | 141 |
| Estrategia General de Marketing..... | 141 |
| Políticas de Ventas..... | 144 |
| Políticas de Servicio..... | 144 |
| Propuesta u Oferta de Valor. | 144 |
| CAPÍTULO VII..... | 146 |
| Impactos | 146 |
| Impacto Económico | 146 |
| Impacto Social..... | 147 |

| | |
|---------------------------|-----|
| Impacto Empresarial | 147 |
| Impacto ambiental | 148 |
| Resumen de impactos | 148 |
| CONCLUSIONES | 150 |
| RECOMENDACIONES..... | 152 |
| BIBLIOGRAFÍA | 153 |
| LINKOGRAFÍA..... | 156 |
| FUENTES LEGALES..... | 157 |
| ANEXOS..... | 158 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| ILUSTRACIÓN 1. Gato Siamés bebé | 61 |
| ILUSTRACIÓN 2. Gato bosque de Noruega | 62 |
| ILUSTRACIÓN 3. Gato común europeo | 63 |
| ILUSTRACIÓN 4. Gato persa..... | 64 |
| ILUSTRACIÓN 5. Esqueleto del gato | 65 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo No. 1. Ficha de observación de un Pet shop..... | 159 |
| Anexo No. 2. Diseño del Cuestionario | 160 |
| Anexo No. 3. Tasa de interés CFN | 163 |
| Anexo No. 4. Proformas equipos de oficina y computación | 164 |
| Anexo No. 5. Proformas de muebles y enseres | 166 |

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico situacional

1.1. Antecedentes

Los animales han sido desde tiempos antiguos una parte importante en la vida del ser humano y según Fontes (2010, pág. 53) “es precisamente gracias a ellos que éste ha sido capaz de alcanzar los niveles de desarrollo actualmente ostentados”.

Debido a este factor, se ha procurado brindar a los animales un tratamiento en cierto sentido preferencial respecto de otros ámbitos interrelacionados con el quehacer del hombre, empezando desde una definición clara de su naturaleza, que según Real (2011, pág. 54), se designa con el término de animal a “todos aquellos seres vivos que asienten y se movilizan por sus propios medios, pero que se diferencian del hombre sola y simplemente por la falta de razón”.

En el país, existe una fuerte tendencia a la convivencia con animales denominados como “mascotas”; para el efecto la Fundación Filantrópica de Rescate Animal (2014, pág. 15) con sede en la ciudad de New York, en un estudio realizado a finales del año 2010 estableció desde una perspectiva general que, “las mascotas más comunes para la región latinoamericana son los perros en un 63%, los gatos en un 23%, las aves ocupan las preferencias de un 9%, los peces se posicionan como mascotas en un 3% y el restante 2% prefieren animales exóticos como serpientes, lagartos, roedores, monos, e insectos”.

A pesar de esta realidad, en el Ecuador no existe conciencia de responsabilidad por parte de los propietarios de animales y de la comunidad, que en su mayoría son personas sin los valores humanos necesarios que les permita aceptar y entender que las mascotas son seres vivos, con sentimientos como alegría, tristeza y dolor; y lo que recibe el hombre de estos animalitos es solo cariño, aunque en grados extremos éstos pueden reflejar el desprecio profundo de sus dueños con comportamientos hostiles y agresivos, pudiendo atacar a quienes los rodean, siendo esta la única defensa frente al maltrato que recibe, que no solo es cruel sino también inhumano.

Tener una mascota es una gran responsabilidad. Lamentablemente en el país no existen leyes que protejan su integridad, especialmente a los gatos y si tal vez existiere alguna, el desconocimiento de la misma hace imposible su adecuada aplicación, a esto se suma el abandono por parte de las autoridades, agravando la situación de estos seres vivos que sin tener el don del habla se encuentran incapacitados para poder reclamar sus derechos y defender su posición.

Esto se ve reflejado en que, cuando una familia que posee un gato necesita o va a realizar un viaje que le significa apartarse de su casa por varias noches, no sabe qué hacer con su mascota, pues muchos de sus allegados tampoco los quieren ni tienen predisposición para tenerlos, aluden alergias o enfermedades respecto al felino, dejando al dueño del animalito en la necesidad de abandonarlo encerrado en la casa, con alimento y agua para los días de ausencia, sin mayor importancia de su salud.

Los hoteles para animales de la fauna silvestre han sido pensados mayormente para perros, lo que se justifica por ser un animal de más fácil manejo, alimentación y adiestramiento, mientras que un gato necesita de cuidados más especializados, ya que no se lo maneja con cadena, no es fácil de socializar y puede subir cercas o saltar grandes alturas para escabullirse o escapar, lo que significaría un grave problema para una empresa que tiene la responsabilidad de cuidarlo.

La ciudad de San Francisco de Quito, con 2'239.191 habitantes (INEC, 2014) y un crecimiento poblacional de 2,18% anual (Diario La Hora, 2012, pág. 9). Está considerada como la segunda ciudad más poblada del país donde, de acuerdo al informe entregado por el concejal Norman Wray mencionado por Albornoz (2011, pág. 14) existen 290.000 gatos, de los cuales un 30% son considerados callejeros (57.000) y 70% se encuentran en un hogar (203.000). Si tomamos en consideración que los hogares de Quito están conformados por 3.8 personas (Diario El Mercurio, 2011, pág. 2), significa que existen 589.261 familias, lo que daría como resultado que un 34% de las familias tienen un gato como su mascota.

Confrontado este dato con el crecimiento del turismo interno que para el año 2011 según el Diario PP El Verdadero (2012, pág. 10) fue del 4.9%, demostrando una movilización de 2 a 3 millones de personas durante los feriados para realizar turismo interno. En el 2011 “las cifras evidencian un incremento en el número de ciudadanos que visitan la Costa, Sierra, Amazonía

y Galápagos, se contabilizaron algo más 10 millones de viajes” (Ministerio de Turismo, 2012, pág. 12).

Con todo lo expuesto, se crea la necesidad evidente de la existencia de un hotel especializado para la fauna felina en la ciudad de Quito, que contribuya a la mejora de vida y salud de éste tipo de mascotas, de tal manera que puedan pasar momentos de tranquilidad y distracción, mientras sus dueños viajan, tanto fuera como dentro del país, con alimentación balanceada y cuidados acordes a su tipo de vida.

1.2. Matriz de Relación Diagnóstica

Esta matriz sirve como guía estratégica, la misma que permite a la organización obtener resultados a partir de la elaboración de una propuesta para obtener antecedentes que permitan identificar y definir la población de estudio.

El objetivo general es:

- Realizar un diagnóstico situacional, para conocer las bases de la creación del negocio.

Objetivos específicos:

- Establecer cuántos hogares tienen como mascota un gato, información que dará el punto de partida a la investigación
- Determinar cuántos hospedajes al año tendrá el hotel, para de esta manera conocer la rentabilidad de la empresa.
- Establecer los productos que se utilizarán para el cuidado de los felinos
- Analizar las necesidades del cuidado de los gatos, lo que nos permitirá brindar los servicios necesarios en el hotel.

Las variables que se presentan en la investigación son las siguientes:

- Hogares
- Hospedajes
- Productos para el cuidado
- Necesidades de las mascotas

Además se presentan los siguientes indicadores:

- Segmentación
- Mercado
- Nivel de ingresos
- Aceptación
- Costos
- Insumos y materiales

Este tipo de matrices utiliza modelos estratégicos. De esta manera mediante variables, indicadores y técnicas se presenta a continuación la relación de la misma:

Cuadro No. 1. Matriz de relación diagnóstica

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | VARIABLE | INDICADORES | TÉCNICAS | FUENTES DE INFORMACIÓN |
|---|-----------------|--|--------------------------------------|-------------------------------|
| Establecer cuantos hogares tiene como mascota un gato | Hogares | Segmentación | Encuesta, Observación | Primaria |
| Determinar cuántos hospedajes al año tendrá el hotel | Hospedaje | Mercado Nivel de ingresos Aceptación | Encuesta | Primaria |
| Establecer los productos que se utilizarán para el cuidado de los felinos | Productos | Costos | Revisión bibliográfica y observación | Secundarias |
| Analizar las necesidades del cuidado de gatos | Necesidades | Insumos y materiales | Revisión bibliográfica y observación | Secundarias |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

1.3. Análisis Externo

1.3.1. Macro ambiente PEST

El análisis PEST permite analizar el impacto de factores externos que la empresa no puede controlar, pero que influyen en el desarrollo normal de la misma y en sus proyecciones, por lo cual es importante realizar un análisis de la situación actual con relación al entorno general de la sociedad. Los aspectos principales que se analizan son: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. (Martínez & Milla, 2009, pág. 34)

- Factor Político (P)

Hoy en día el factor político se enfoca en un ámbito social, bajo el mando del Eco. Rafael Correa desde el año 2007, el cambio de la política ecuatoriana inicia con el retorno a la democracia, encaminando de manera conjunta el cambio de modelo económico. Con el propósito de cumplir con los ejes de la política social basados en: seguridad social, educación de niveles básicos y desarrollo rural. Se evidencia una alta inversión asignada por el Gobierno, en aspectos de infraestructura y consolidación del sistema de planificación en el nivel central. (Vásconez, 2012, pág. 14)

Entonces, se puede mencionar que política social, se enfoca en destinar gran parte del presupuesto nacional al desarrollo de programas orientados a la salud, educación, vivienda, e infraestructura, mejorando de esta manera las condiciones de vida de sociedad y su economía.

Así la política social propuesta se mantiene, tras los resultados obtenidos en los últimos comicios electorales que ratificaron al Gobierno durante otro período, con un gran respaldo popular que sobrepasa el 50%, colocando a una mayoría de asambleístas del partido de gobierno (70%) en la Asamblea Nacional, generando “un cuasi poder absoluto sin una oposición política que pueda ser un contrapeso”. (Vintimilla, 2013, pág. 4)

Con respecto a las políticas económicas, el Ecuador se enfoca en la transformación de la matriz productiva del país con equidad y eficiencia bajo la Agenda de Transformación Productiva 2010-2015, todo amparado con la norma jurídica conocida como Código Orgánico de la

Producción, Comercio e Inversiones publicado en Registro Oficial 351 el 29 de diciembre de 2010. (InvestEcuador, 2013, pág. 6)

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, tiene como objetivo principal “regular el proceso productivo en todas sus etapas, impulsar la producción con mayor valor agregado y transformar la matriz productiva.” (InvestEcuador, 2013, pág. 6). Las normas presentadas en el Código establecen las reglas para la inversión productiva, las políticas de desarrollo productivo, incentivos, encaminadas a motivar a todos los actores productivos.

Según el informe presentado por Invest Ecuador (2013, pág. 7) sobre la guía legal para inversores, menciona que la política que aplica el gobierno actualmente se basa en el desarrollo productivo, por lo cual sus esfuerzos se enfocan en potenciar los recursos humanos, naturales y tecnológicos que posee el país con el propósito de alcanzar una industria de alta tecnología, de servicios y de conocimiento aplicado, esto a través de programas de fomento e incentivos para los emprendedores.

El presente factor se muestra como una oportunidad para el proyecto, por el apoyo gubernamental ofrecido para la aplicación de nuevos emprendimientos que generen fuentes de empleo e ingresos al país.

- Factor económico (E)

Para hacer referencia a la incidencia del factor económico, se debe partir de una fase ex ante y ex post a la denominada “Revolución Ciudadana”, por el hecho de que en los últimos años se han observado los mejores rendimientos a nivel macro, pero sobre todo porque se ha dado mayor énfasis en mejorar el bienestar de la población, que se complementa con el aseguramiento de su entorno.

Estos hechos están claramente establecidos en la Nueva Constitución de 2008, específicamente en el Capítulo I Inclusión y equidad y Capítulo II Biodiversidad y recursos humanos, donde se especifica la responsabilidad del Estado para la dotación de las condiciones adecuadas para elevar el nivel de vida de la población.

En una primera parte, es preciso resaltar que por las características propias del país, se convirtió en un neto productor y exportador de materias primas o recursos naturales, situación que ha limitado su desarrollo, especialmente por la baja adaptabilidad de la difusión tecnológica y por la alta sensibilidad de los precios en los mercados internacionales de los *commodities*¹ que inciden en el nivel de ingresos que recibe el país.

Desde la década de los ochenta, se vienen arrastrando estos problemas estructurales, específicamente por el fracaso en la instauración del modelo ISI (industrialización vía sustitución de importaciones), debido a la poca capacidad y adaptación de las economías de la región para afrontar el bajo nivel de comercio internacional, lo que terminó en un alto endeudamiento para cubrir crisis fiscales.

A pesar de esta situación, históricamente el país ha presentado periodos de recuperación económica, tal es el caso de la década de los setenta, donde se da inicio a la explotación petrolera, pero que sin embargo, por la inadecuada política económica interpuesta, no se lograron los cambios esperados.

Uno de los factores que hay que resaltar, es el nivel de precios del crudo ecuatoriano en los mercados internacionales, el cual ha incidido ostensiblemente en los ingresos petroleros que financian gran parte del presupuesto general del Estado, situación que condiciona el desempeño económico del país.

Con la llegada al poder el Ec. Rafael Correa, su régimen plantea nuevas ideologías que pretenden valorar más al ser humano antes que al capital, esto es buscar primero el bienestar de la población y no de los grandes grupos económicos.

Una de las primeras acciones que reflejaron su notable desempeño, fue poner en cuestión la ilegitimidad de la deuda externa, específicamente los bonos global 2012 y global 2030, aduciendo que en el proceso de contratación “se cometieron irregularidades y violaciones a la ley, entre las que destacó que la Procuraduría del Estado había adoptado como propio el texto del acuerdo enviado por el acreedor” (Comité para la Anulación de la Deuda del Tercer Mundo, 2009). Esto permitió suspender el pago de la deuda por un monto de 30,6 millones de dólares.

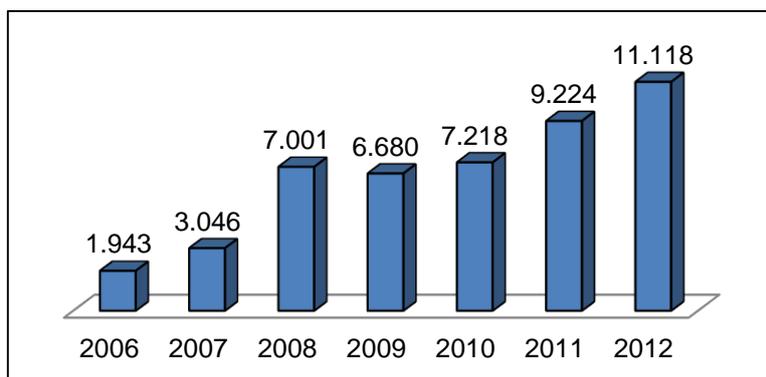
¹ Mercancías en español y se refiere a cualquier producto destinado a uso comercial.

Este quizá ha sido uno de los hechos que beneficiaron enormemente a la disponibilidad de recursos, que conjuntamente con la imposición de políticas fiscales, y un mejor precio del petróleo, han permitido incrementar el ingreso de dinero para el financiamiento del presupuesto del Estado, y con ello un fuerte impulso a la inversión pública con el fin de generar un efecto derrame que beneficie al resto de factores productivos.

○ **Inversión Pública**

La inversión pública toma relevancia en el crecimiento económico del Ecuador en los últimos años. Los rubros de inversión pública asignados año a año se han ido incrementándose ostensiblemente. En el siguiente gráfico se detalla la evolución de la inversión pública en el país:

Gráfico No. 1. Inversión pública (en millones de USD)



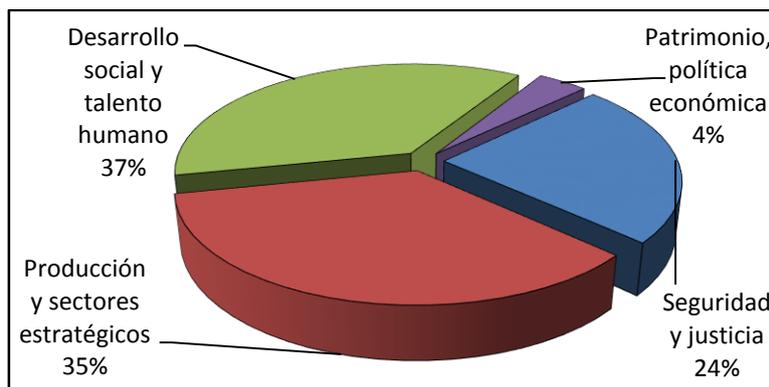
Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo(2013)

Año: 2014

Puede observarse en la figura anterior que el valor asignado a la inversión pública entre 2006 y 2012, creció en alrededor del 476%, llegando a 11.118 millones de dólares a 2012. La tendencia es creciente, salvo el 2009 que hubo una leve reducción del 4,59% con respecto al 2008.

Gráfico No. 2. Ejecución de la inversión en 2012



Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo(2013)

Año: 2014

Asimismo, se observa en la figura anterior que para el 2012, el sector desarrollo social y talento humano recibió la mayor cantidad de rubros de inversión pública con cerca del 37%, seguido por producción y sectores estratégicos con el 35%, seguridad y justicia con el 24%, y patrimonio, política económica y política con el 4%. Estos datos denotan la enorme importancia que ha dado el gobierno en mejorar el bienestar de la población a través de política de gasto público.

Este desempeño también contrasta con la producción total del país. De acuerdo a la información emitida por el Banco Central del Ecuador(2014, pág. 6)el país habría alcanzado un crecimiento económico promedio de entre el 4% y 5% durante el último Gobierno de turno, convirtiéndolo en uno de los de mejor desempeño durante las últimas dos décadas.

○ **Producto Interno Bruto**

El crecimiento económico del país, se debe entre otras cosas, a un mejor precio del barril de petróleo en el mercado internacional (aproximadamente USD 104 para finales de 2012), así como al incremento del volumen exportable de productos tradicionales y no tradicionales. Otro aspecto a resaltar es el incremento en las recaudaciones fiscales, el ingreso de capitales extranjeros para el financiamiento de obras emblemáticas, entre otros.

Cuadro No. 2. Producción total del Ecuador

| CRECIMIENTO DEL PIB NACIONAL | | | | |
|-------------------------------------|---|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| AÑOS | DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | |
| | PIB NOMINAL (EN MILES DE \$) | PIB REAL (EN MILES DE \$ 2007) | PIB PER CÁPITA EN \$ | CRECIMIENTO ECONÓMICO REAL |
| 2006 | 46.802.044 | 49.914.615 | 3.351 | - |
| 2007 | 51.007.777 | 51.007.777 | 3.589 | 2,19% |
| 2008 | 61.762.635 | 54.250.408 | 4.267 | 6,36% |
| 2009 | 62.519.686 | 54.557.732 | 4.242 | 0,57% |
| 2010 | 67.513.698 | 56.168.864 | 4.497 | 2,95% |
| 2011 | 76.769.729 | 60.569.488 | 5.029 | 7,83% |
| 2012 | 84.039.856 | 63.672.625 | 5.415 | 5,12% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Banco Central del Ecuador(2014, pág. 7)

Año: 2014

De los datos expuestos en el cuadro anterior, el PIB en términos reales en el 2012 ascendió a 63.672 millones de dólares, presentando una reducción de alrededor de dos puntos porcentuales respecto a 2011. Otro aspecto a resaltar es el incremento del PIB per cápita, lo que en cierta forma denotaría un incremento en los ingresos de los hogares, favoreciendo a la demanda agregada y por ende al crecimiento del país.

○ **Inflación**

La estabilización de los precios de bienes y servicios, lo que en cierta forma ha dinamizado la demanda agregada en el país, que se refleja en bajos niveles del índice de precios al consumidor, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro No. 3. Evolución del índice de precios al consumidor

| INFLACIÓN | |
|-----------------|------------------|
| AÑO | PORCENTAJE ANUAL |
| 2006 | 2,88% |
| 2007 | 3,32% |
| 2008 | 8,83% |
| 2009 | 4,31% |
| 2010 | 3,33% |
| 2011 | 5,41% |
| 2012 | 4,16% |
| 2013 | 2,70% |
| 2014 | 3,67% |
| PROMEDIO | 4,29% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Banco Central del Ecuador(2014, pág. 8)

Año: 2014

De manera general puede observarse que el índice de precios al consumidor muestra un comportamiento estable, esto quiere decir, que no se evidencia crecimientos bruscos durante el periodo 2006-2013. Resalta el 8,83% como la tasa más alta dentro del periodo, esto se debió a la crisis financiera internacional que también afectó en cierta forma el desempeño económico del país así como a sus indicadores macro. De igual forma, destaca el 3,67% como la tasa presentada en el 2014, esto se debe a la estabilización de los precios de los bienes de consumo de la canasta familiar por medio de políticas fiscales de control y a la estabilización de las tasas de interés que de cierta manera inciden en ordenar la circulación de capitales a nivel nacional e internacional.

○ **Tasas de Interés**

Con la regulación de las tasas de interés en el 2009 mediante Registro Oficial No. 601 del 29 de mayo, se publicó la Regulación No. 184-2009 mediante la cual el Banco Central del Ecuador modifica el Título Sexto “Sistema de Tasas de Interés”, contenido en el Libro I “Política Monetaria – Crediticia” de la Codificación de Regulaciones emitidas por esta entidad.

A partir del 2007, el Tribunal Constitucional dictaminó que el Banco Central del Ecuador calcule mensualmente las tasas máximas tomando en cuenta el promedio de las tasas efectivas

de las últimas cuatro semanas, hecho que ha permitido una reducción sostenida en las tasas máximas en todos los segmentos de crédito. (Banco Central del Ecuador, 2008, pág. 9)

La tasa de interés activa es aquella que las entidades del sistema financiero cobran por los créditos que entregan. El Banco Central del Ecuador, informa que, entre los años 2007 y 2013, ésta tasa se redujo de 10,06% a 7,84%. En el 2007 se presentó la tasa mayor, en tanto que para el 2012, se espera la tasa menor dentro de este periodo.

La tasa de interés pasiva, se la define como aquella tasa que se paga a los depósitos, la misma que pasó de 5,36% en el 2007 a 4,38% en el 2012, al igual que la tasa activa, su tendencia es decreciente.

Al revisar algunos de los indicadores macroeconómicos del país, se puede inferir que su comportamiento es favorable, especialmente en lo que respecta al crecimiento económico alcanzado por el país, al incremento de la infraestructura pública, y a la estabilización de los precios de bienes y servicios, factores que tienden a ser una oportunidad para la organización, por cuanto la ciudadanía al contar con mayores recursos puede adquirir productos o servicios que satisfagan sus gustos y necesidades.

Cuadro No. 4. Tasas de interés

| COMPORTAMIENTO DE LA TASA DE INTERÉS | | | |
|---|-------------------------|---------------|--------------------------|
| AÑO | TASA REFERENCIAL | | MARGEN FINANCIERO |
| | ACTIVA | PASIVA | |
| 2008 | 9,79% | 5,54% | 4,25% |
| 2009 | 9,20% | 4,70% | 4,50% |
| 2010 | 9,03% | 4,74% | 4,29% |
| 2011 | 8,17% | 4,53% | 3,64% |
| 2012 | 8,17% | 4,53% | 3,64% |
| 2013 | 8,17% | 4,53% | 3,64% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Banco Central del Ecuador(2014, pág. 12)

Año: 2014

- Factor social (S)

De acuerdo al último censo de población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el año 2010 la población del Ecuador alcanzó un total de 14.483.499 habitantes, de los cuales el 50,44% son mujeres y el 49,56% son hombres. (SNI, 2013)

Para el año 2013 la población ecuatoriana bordeará los 15.774.749 habitantes, según la tasa intercensal anual de 1,95%, de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (Pro Ecuador, 2013, pág. 11)

El Ecuador se caracteriza por ser un país multiétnico y pluricultural, de acuerdo al último censo realizado las principales etnias existentes son:

- Mestizos 65% (Amerindios y blancos)
- Indígenas 25%
- Blancos 7%
- Afro 3%

Partiendo de lo expuesto anteriormente, se define la PEA del país, “según la encuesta de Empleo Urbano y Rural del INEC, a Diciembre de 2012 superó los 6.7 millones de personas, representando el 44% de la población del país.” (Pro Ecuador, 2013, pág. 11)

El siguiente cuadro muestra la evolución de la PEA en los últimos años.

Cuadro No. 5. PEA 2008-2012

| POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA | | |
|--|----------------------------------|------------------------|
| AÑO | HABITANTES (millones) | % VARIACIÓN |
| 2008 | 6,5 | - |
| 2009 | 6,7 | 1,86% |
| 2010 | 6,5 | -1,85% |
| 2011 | 6,6 | 1,71% |
| 2012 | 6,7 | 0,79% |
| PROMEDIO | 6,6 | 0,63% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: INEC, Encuesta de Empleo Urbano y Rural, 2012

Año: 2014

El crecimiento promedio de la PEA en el período 2008-2009 es de 1,86%. En el año 2010 se observa una reducción de la población económicamente activa esto dado principalmente por la nueva medición realizada por el INEC del rango de edad de las personas, que están con trabajo, formal o informal.

La tasa de desempleo en Ecuador según la Encuesta de Empleo Urbano y Rural al año 2012 cerró en 4.12%, considerada como la más baja de los últimos años. Así también se obtuvo que la tasa de ocupación plena al 2012 fue de 42.79% superior en 1.5 puntos en relación al 2011. (Pro Ecuador, 2013, pág. 13)

Con base en los resultados expuestos, de mantenerse esta tendencia, se avizoran mejores condiciones de vida de la población, lo cual puede favorecer al incremento de la demanda agregada y por ende al crecimiento económico, con lo cual este factor, es una oportunidad para la puesta en marcha de la presente propuesta.

- Factor tecnológico (T)

Actualmente en el Ecuador la inversión en tecnología es muy reducida, constituye aproximadamente el 0,47% de su PIB, aunque la meta propuesta es del 1%, aún no es suficiente en comparación a otros países.

Con el propósito de contribuir al cumplimiento de la meta establecida de lograr un mejor nivel tecnológico, el Gobierno trabaja en el proyecto Yachay, Ciudad del Conocimiento, con una inversión inicial de USD 400 millones, enfocada en cinco áreas: Ciencias de la Vida, Nanociencia, Energía Renovable, Cambio Climático, Petroquímica y Tecnologías de la Información y la Comunicación.

El grado de intensificación tecnológica en el país, está en proceso de crecimiento puesto que las prestaciones ofrecidas para alcanzar mayores niveles de productividad han permitido mejorar el posicionamiento del país dentro del contexto económico.

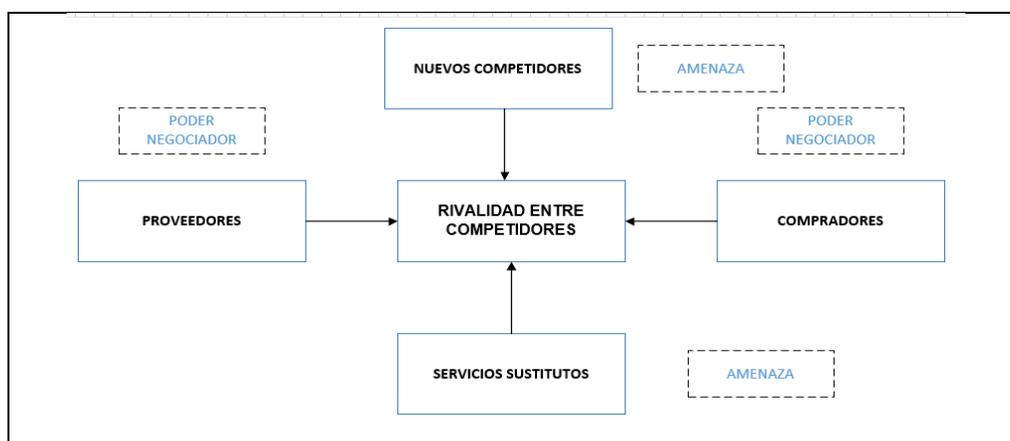
El factor tecnológico constituye una oportunidad de alto impacto para todas las industrias, las mismas que se encuentran supeditadas a la disponibilidad de recursos y a la decisión de innovar

constantemente, para ofrecer mejores productos y servicios, satisfaciendo las necesidades de la demanda.

1.3.2. Microambiente

A continuación se presenta un esquema del entorno competitivo de la industria por medio del análisis de las 5 fuerzas de Porter, entre estas están: el ingreso de nuevos competidores, el ingreso de productos sustitutos, la rivalidad entre los competidores, poder negociador de los proveedores y poder de negociación de los compradores.

Gráfico No. 3. Fuerzas de Porter de la industria



Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Parada (2013, pág. 5)

Año: 2014

- **Rivalidad entre competidores**

La rivalidad entre competidores se considera como alta, tomando en cuenta que se trata de un servicio nuevo en la industria veterinaria, ya que al ser un negocio poco común la demanda a satisfacer será muy elevada en relación a la capacidad con la que iniciará la empresa en el mercado.

La empresa solo cuenta con competidores indirectos, ya que la idea a ser aplicada en la actual investigación es innovadora y al momento no existe competencia directa.

- **Amenaza de servicios sustitutos**

Para la presente investigación se consideran como servicios sustitutos a las empresas que brindan un servicio similar, como son las clínicas veterinarias, pero se debe recalcar que en esos lugares no se brinda el hospedaje para los felinos, por lo que su amenaza tiene un bajo impacto.

- **Poder de los proveedores**

Los proveedores para la empresa son aquellos que dotan de los insumos necesarios, como por ejemplo; comida balanceada, productos de aseo y limpieza, accesorios, entre otros; con los que se puede brindar un servicio de calidad en el cuidado y hospedaje de los felinos. Los productos cuentan con precios fijados por sus distribuidores, en base al mercado, estos se pueden negociar o bajar en determinadas circunstancias y de acuerdo al volumen de ventas, sin embargo, la mayoría de los precios son fijos para todos los compradores.

Cabe destacar que el porcentaje de compra de la empresa sobre el proveedor es relativamente bajo, ya que estas empresas distribuyen a todas las clínicas veterinarias, por lo que las compras quedan estipuladas bajo contratos o mutuos acuerdos, lo que determina una amenaza de alto impacto porque el proveedor tiene la potestad de establecer sus políticas de venta.

- **Poder de negociación de los compradores**

Los clientes de estos servicios, lo hacen de manera eventual, ya que las familias suelen requerir el hospedaje de su mascota felina, en aquellos días en los que se ausentan de sus hogares, situación que no es recurrente.

Por lo mencionado se considera una amenaza de alta incidencia, dado que el cliente tiene la potestad de adquirir o no el servicio de manera regular.

- **Amenaza de nuevos competidores**

Al ser un mercado abierto y en pleno desarrollo se presenta como una buena oportunidad de negocios, más aún cuando hay lugar para innovar y presentar a los clientes una mayor oferta de servicios.

Al momento los competidores son indirectos, por lo que los competidores actuales se podrían convertir en amenazas directas en corto plazo, ya que la empresa brinda los mismo servicios, pero de forma adicional el hospedaje, situación que con facilidad podrá ser adoptada por dichas empresas.

Por lo mencionado se considera una amenaza de alto impacto, debido a que las clínicas veterinarias, fácilmente podrían adoptar este servicio.

1.4. Análisis interno

Cuando se pretende la creación de un nuevo negocio se analizan diferentes factores, entre ellos internamente, a pesar de contar con varias limitaciones para ello, por cuanto aún no existe la empresa formalmente.

De tal manera, el propósito de este análisis es conocer y comprender las características esenciales que le permitirán alcanzar sus objetivos. La rentabilidad depende de sus recursos y capacidades; y la principal diferencia que destaca a la empresa en el mercado es el servicio de hospedaje para gatos, lo cual la hace única en el sector en que se desarrolla.

1.5. Análisis Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR)

La matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos ha sido elaborada en base a los datos obtenidos tanto en el análisis interno como externo, donde se ha podido identificar ciertos factores que influyen en la puesta en marcha de la presente propuesta.

Cuadro No. 6. Matriz AOOD

| ALIADOS | OPONENTES |
|---|---|
| A1: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito A2: Protección Animal Ecuador | O1: Desconocimiento del mercado potencial. O2: Incertidumbre del cliente por ser un servicio nuevo en el mercado. O3: Desconocimiento del proceso del servicio. O4: Proveedor establece políticas de negociación. O5: Alta probabilidad de ingreso de nuevos competidores. O6: Lento crecimiento tecnológico del país. |
| OPORTUNIDADES | RIESGOS |
| OP1: Apoyo gubernamental a la inversión privada OP2: Crecimiento económico del país. OP3: Disminución de la tasa de inflación, estabilidad de precios. OP4: Regulación de tasas de interés. OP5: Mejora de condiciones de vida en el país. | R1: Mercado R2: Recursos económicos limitados. R3: Alta rotación de personal. |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

1.6. Ponderación

En base a lo establecido en la matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR), se determinan las estrategias a seguir para cumplir el objetivo de creación de un hotel para gatos en el Distrito Metropolitano de Quito, por lo que es necesario realizar una ponderación de los resultados anteriormente presentados.

Cuadro No. 7. Matriz de ponderación

| MATRIZ DE PONDERACIÓN | OPORTUNIDADES | | | | | RIESGOS | | | TOTAL |
|--|---|--------------------------------------|--|--------------------------------------|--|-------------|------------------------------------|--------------------------------|-------|
| | OP1: Apoyo gubernamental a la inversión privada | OP2: Crecimiento económico del país. | OP3: Disminución de la tasa de inflación, estabilidad de precios | OP4: Regulación de tasas de interés. | OP5: Mejora de condiciones de vida en el país. | R1: Mercado | R2: Recursos económicos limitados. | R3: Alta rotación de personal. | |
| ALIADOS | | | | | | | | | |
| A1. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| A2. Protección Animal Ecuador | 3 | 3 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| OPONENTES | | | | | | | | | |
| O1. Desconocimiento del mercado potencial | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| O2. Incertidumbre del cliente por ser un servicio nuevo en el mercado. | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 29 |
| O3: Desconocimiento del proceso del servicio. | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 23 |
| O4: Proveedor establece políticas de negociación. | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 0 | 19 |
| O5: Alta probabilidad de ingreso de nuevos competidores. | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 23 |
| O6: Lento crecimiento tecnológico del país. | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 27 |
| TOTAL | 27 | 28 | 20 | 22 | 25 | 18 | 11 | | |
| Calificación: 0=Ninguna; 1=Baja; 2=Media; 3=Alta; 4=Muy Alta | | | | | | | | | |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Como se puede constatar en la matriz anteriormente presentada, la relación que mayor impacto tiene en el proyecto hace referencia al crecimiento económico del país, misma que alcanza 28 puntos, además del desconocimiento del mercado potencial y la incertidumbre del cliente con 29 puntos, por lo que es de suma importancia tomar en cuenta estos factores al momento de la puesta en marcha del nuevo negocio, destacando que la función de estos capta la atención de las variables internas y externas.

Tomando en cuenta los datos analizados anteriormente en cada una de las matrices, se desarrolla a continuación diferentes estrategias que permitan al nuevo negocio establecer los parámetros que le ayuden a solventar su permanencia en el mercado.

Cuadro No. 8. Cruces estratégicos

| ESTRATEGIAS AO (Aliados y oportunidades) | ESTRATEGIAS OO (Oponentes y oportunidades) |
|---|--|
| Aprovechar el apoyo gubernamental para la creación de nuevos negocios, aportando al crecimiento económico y social del país. | Desarrollar un plan de marketing para dar a conocer el servicio de hospedaje para felinos. |
| Trabajar conjuntamente con la Fundación Protección Animal Ecuador, para establecer planes de capacitación sobre el cuidado de animales. | Establecer una lista de proveedores locales para seleccionar el que ofrezca mejor precio y calidad. |
| Determinar fuentes de financiamiento con tasas de interés que beneficien a la propuesta. | Desarrollar procesos internos adecuados que permitan ofrecer un servicio de calidad. |
| ESTRATEGIAS AR (Aliados y riesgos) | ESTRATEGIAS OR (Oponentes y riesgos) |
| Revisar información relevante presentada por el Municipio de Quito y otras entidades para establecer en forma más precisa la demanda y oferta existente en el mercado actual. | Desarrollar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda existente para establecer la oportunidad de mercado. |
| Aprovechar la regulación de tasas de interés para acceder a un crédito financiero. | Analizar alternativas de financiamiento que permitan cubrir la inversión inicial del proyecto. |
| Mantener un personal capacitado y actualizado sobre los nuevos procesos de cuidado de animales. | |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

1.7. Identificación del Problema diagnóstico

El Ecuador es un país en el cual el turismo es muy común por el sin número de lugares a los que las familias pueden acceder en un determinado período de tiempo, por lo que es muy común que en fechas como los feriados nacionales estas salgan a disfrutar de los diferentes sitios.

Actualmente en la ciudad de Quito, existen varios lugares que se dedican al cuidado de mascotas, pero estos dirigen sus esfuerzos plenamente a los caninos, quedando los felinos relegados ya que no existe un lugar en el que los aficionados a este tipo de mascotas puedan llevarlos, en el momento en que lo requieran.

Por otro lado es importante mencionar que de acuerdo al análisis del entorno se pudo determinar que existen varios factores externos que afectarían de forma directa al desarrollo del nuevo negocio en su fase introductoria al mercado, entre estos se pueden mencionar a la inflación o las tasas de interés, en el caso del análisis interno, se puede constatar que no existe una competencia directa que ponga en riesgo a la empresa, sin embargo la competencia indirecta puede proporcionar ciertas claves para el desenvolvimiento en el mercado.

Según lo establecido en la matriz AOOD una de las problemáticas más grandes con las que cuenta el proyecto es la incertidumbre del cliente al desconocer sobre los servicios que la empresa ofrece al mercado, de tal manera se puede decir entonces que es importante realizar una investigación de campo que permita conocer las necesidades del mercado objetivo.

Por otro lado al ser una plaza en la que no existen competidores directos, existe la posibilidad elevada de que estos se incrementen al corto tiempo, por lo que el nuevo negocio deberá contar con medidas previsoras en el caso de que este problema empiece a afectarlo de manera directa.

Es importante mencionar que una de las motivaciones más importantes para que la puesta en marcha del negocio sea una realidad, es la concientización que se está llevando a cabo en la ciudadanía al cuidado de las mascotas, por lo que el mercado objetivo estará interesado en consumir los servicios que se oferten por parte de la empresa.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Preparación y evaluación de proyectos

Para Sapag (2009, pág. 125) “Un proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver”.

Según Sapag (2009, pág. 125)“un proyecto surge como la respuesta a una idea que busca ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros”

Además menciona “En una primera etapa se preparará el proyecto, es decir, se determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En una segunda etapa, se evaluará el proyecto, o sea, se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la pre-inversión”. (Sapag, 2009, pág. 126)

Se debe destacar que todos los análisis previos que se realizan dentro del proyecto, aunque sus resultados sean satisfactorios no siempre son la muestra de que tal o cual producto tendrá éxito en el mercado en el que se lo pretenda introducir, ya que son muchos los factores que conllevan a tener este resultado, no basta con tener en documento toda la información, sino se la aplica de la manera adecuada.

Existen diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto. Los niveles decisorios son múltiples y variados, puesto que en el mundo moderno cada vez es menor la posibilidad de tomar decisiones en forma unipersonal. Por lo regular, los proyectos están asociados interdisciplinariamente a requerimientos de diversas instancias de apoyo técnico antes de ser sometidos a la aprobación de cada nivel.(Revilla, 2012)

Para el autor Sapag (2009, pág. 136)

“Toda decisión implica un riesgo. Obviamente, algunas tienen menor grado de incertidumbre y otras son altamente riesgosas. Resulta lógico pensar que frente a las decisiones de mayor riesgo, exista como consecuencia una opción de mayor rentabilidad. Sin embargo, lo fundamental en la toma de decisiones es que ésta se encuentre cimentada en antecedentes básicos y concretos, que hagan que las decisiones se adopten concienzudamente y con el más pleno conocimiento de las distintas variables que entran en juego, las cuales, una vez valoradas, permitirán en última instancia, adoptar en forma consiente las mejores decisiones”.

Es importante tener claro los puntos necesarios para preparar y evaluar un proyecto, con el propósito de disminuir el riesgo de fracaso que puede ocasionar la falta de un estudio profundo sobre las oportunidades existentes de cualquier tipo de negocio.

2.2. La Empresa

Según Brito (2012, pág. 13) una empresa “es una entidad económica de carácter pública o privada, que está integrada por recursos humanos, financieros, materiales y técnico-administrativos, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para satisfacción de necesidades humanas, y puede buscar o no lucro”.

Al hablar de la reciprocidad que tiene la empresa con los clientes se debe destacar que “el mercado es un conjunto de consumidores potenciales y proveedores de satisfacción, es donde se encuentran las necesidades y los productos, por lo cual la empresa debe orientarse hacia la necesidad” (Brito, 2012, pág. 13). Además que “dicha relación producto - necesidad o empresa - consumidor, indica que la coherencia entre el producto y el mercado es uno de los principales factores para el éxito de la empresa” (Brito, 2012, pág. 15)

2.3. Contabilidad

Según el profesor Sotero (2010, pág. 26) la contabilidad es una:

“Ciencia de naturaleza económica que tiene por objeto producir información para hacer posible el conocimiento pasado, presente y futuro de la realidad económica en términos cuantitativos en todos sus niveles organizativos, mediante la utilización de un método

específico apoyado en bases suficientemente contrastadas, con el fin de facilitar la adopción de las decisiones financieras externas y las de planificación y control internas”

Además indica que la contabilidad es un medio informativo que proporciona datos ordenados e importantes de las entidades que conforman la realidad económica de una sociedad, ya sean las familias o empresas públicas o privadas, los mismos que son analizados e interpretados para permitir el control eficaz y la toma de decisiones oportuna. (Sotero, 2010, pág. 28)

2.4. Estudio de mercado

2.4.1. Segmentación

Philip Kotler y Gary Armstrong (2010, pág. 114), mencionan que mediante “la segmentación de mercado, las empresas dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños a los cuales se puede llegar de manera más eficaz con servicios y productos más congruentes con sus necesidades singulares”

2.4.2. Tamaño de la muestra

Martínez Roldan (2009, pág. 85)manifiesta que se conoce como “muestra al número de elementos, elegidos o no al azar tomados de un universo cuyos resultados deberán extrapolarse al mismo, con la condición de que sean representativos de la población”. Además, afirma que para obtener un resultado confiado no es preciso encuestar a todos los que puedan proyectar claridad sobre un problema. Es suficiente tomar datos de una muestra, a condición de que sus reacciones de total de las personas del sector a encuestar.

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Error permitido
- Nivel de confianza estimado
- Carácter infinito de la población.

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

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

Fuente: Martínez Roldan(2009, pág. 42)

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error muestral

2.4.3. Investigación de Campo

Para el desarrollo de una investigación de campo, es importante determinar los métodos que en ella se utilizarán, los mismos que a continuación se definen:

- Inductivo: Según Ruiz (2009, pág. 62) el método inductivo “estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto o ley. También se puede decir que sigue un proceso analítico-sintético”
- Deductivo: Según Pagot (2010, pág. 94) dice que “estudia un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo. Entonces diríamos que su proceso es sintético analítico”

2.4.4. Análisis de la Demanda

Según lo expuesto por Baca Urbina (2010, pág. 17) en su publicación “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

2.4.5. Análisis de la oferta

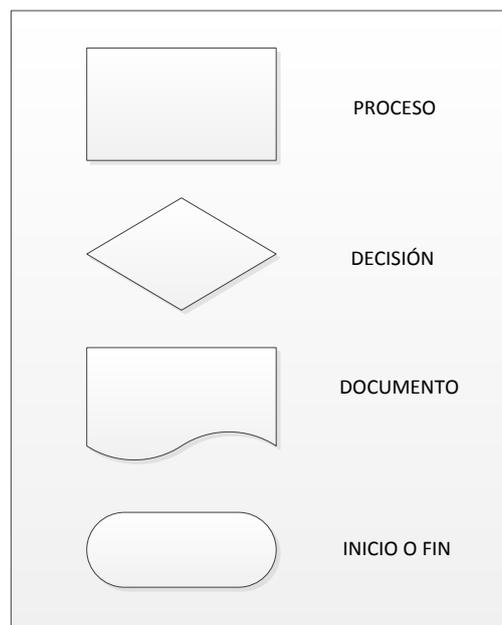
Según Kotler y Armstrong (2010, pág. 117) “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado”. Los autores también nos indican que “El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio”

2.4.6. Flujograma de procesos

Según Mejía (2011, pág. 51) “es un método para describir gráficamente un proceso, mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras similares. Permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas”.

En el desarrollo del mismo se ha utilizado la siguiente simbología, lo que ha permitido identificar de forma clara cada una de las etapas de los procesos existentes:

Gráfico No. 4. Simbología Flujograma



Fuente: Mejía (2011, pág. 39)
Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

2.5. Estudio técnico

2.5.1. Tamaño del proyecto

“Se conoce como tamaño de una planta o empresa a la capacidad instalada de la misma. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un tiempo determinado” (Salas, 2012, pág. 15)

2.6. Estudio Económico

Baca (2010, pág. 135) expresa que el estudio económico pretende determinar el rubro económico necesario para la puesta en marcha del negocio, así, como ciertos indicadores que permitirán realizar una evaluación final.

2.6.1. Inversión inicial

“Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.”(Baca, 2010, pág. 143)

Según Sapag (2009), la inversión inicial comprende las inversiones requeridas antes de la puesta en marcha del negocio, estas son: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

2.6.2. Costos

Según Baca, (2010, pág. 149)El costo es un desembolso de dinero que puede ser hecho en el pasado, presente o futuro, incluso en forma virtual. Pueden ser: costos de producción, costos de administración, costos de ventas y costos financieros.

Para determinar el costo del servicio, es necesario tomar en cuenta todos los rubros, personal y actividades requeridas para ofrecer un servicio de hospedaje para gatos de calidad.

2.6.3. Ingresos

Los ingresos afectan directa e indirectamente a la utilidad neta. (Horngren, 2012, pág. 174)

Los ingresos de Happy Cat provienen directamente de la venta de los servicios de hospedaje para gatos, los mismos que serán estimados de acuerdo a la demanda existente y la capacidad instalada de la empresa.

2.6.4. Financiamiento

Según Baca (2010, pág. 153), el financiamiento de una empresa se da cuando la misma ha solicitado un préstamo que le permita cubrir sus necesidades económicas. Mientras menor sea la tasa de interés pagada por el crédito el rendimiento sobre la inversión será más elevado.

Para seleccionar la entidad con la que se contrate la línea de crédito, se realizará una evaluación previa para seleccionar la mejor alternativa, que se ajuste a los requerimientos del nuevo negocio.

2.6.5. Estados financieros

- Estado de pérdidas y ganancias

Para Córdoba (2009, pág. 334), este estado financiero “mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado”.

“El estado de resultados calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.”(Baca, 2010, pág. 150)

- Balance General

Según Horngren (2012), el balance general muestra la situación financiera de una empresa en un momento determinado, está compuesto por activos (todo lo que posee y controla), pasivo y capital (fuentes de los recursos empleados para obtener los activos).

2.6.6. Flujo de caja

Es el informe contable principal que presenta en forma significativa y resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y

salida de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura. (Zapata, 2012)

Según Córdoba(2009), son cuatro los elementos que componen el flujo de caja:

- Ingresos de operación
- Egresos de operación
- Egresos de inversión
- Valor de salvamento

2.4.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el “nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables”(Baca, 2010, pág. 148).

Según Córdoba (2009), el punto de equilibrio permite determinar el punto de la actividad volumen-venta en que los ingresos y los costos son iguales, dónde los ingresos percibidos tienen la capacidad de cubrir los costos fijos y variables, es decir, no existe ni pérdida ni ganancia.

2.7. Evaluación de factibilidad financiera

2.7.1. Tasa Interna de Retorno (TIR)

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR), según el autor Aguilera, (2010, pág. 241) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Aguilera(2010, pág. 171) acota además que la TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial. Expresado de otra manera se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente

neto sea cero, es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada.

Por su parte Sapag (2009, págs. 302-303) menciona que la TIR evalúa un proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La fórmula para el cálculo de la TIR es la siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

La TIR permitirá conocer la tasa de rentabilidad de la inversión, cuando esta sea igualada a cero.

2.7.2. Valor Actual Neto (VAN).

El valor presente o actual neto “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Baca, Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 182)

Según Sapag (2009), expresa que un proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

La fórmula para el cálculo del VAN, para un período de 5 años, según Baca (2010), es la siguiente:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

En donde:

- FNE: Flujos Neto de efectivo de cada período
- P: inversión inicial
- i: Tasa mínima aceptable (TMAR)

El VAN permite traer al valor presente los flujos netos obtenidos, la factibilidad de un proyecto se mide cuando este es mayor a cero.

2.7.3. Razón Beneficio - Costo

“La razón beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos incluida la inversión.” (Van & Wachowicz, 2009, pág. 15)

La relación beneficio costo viene dado por la siguiente función:

$$R_{c/b} = \frac{\sum F.N.A}{i_0}$$

Dónde:

$\sum F.N. A.$ = es la sumatoria de los flujos netos actualizados.

I_0 = es la inversión inicial.

Los indicadores analizados permitirán determinar la factibilidad del negocio y la rentabilidad que ofrece el mismo, por lo cual en el presente proyecto se considera necesario el cálculo de éstos para medir la rentabilidad que generará la apertura de un hotel para gatos en la ciudad de Quito.

2.8. La ciudad de Quito

La ciudad de Quito se encuentra en la provincia de Pichincha, al noroeste del Ecuador, su extensión es de 422.802 hectáreas, su número de habitantes es de aproximadamente 2.2 millones, se encuentra dividido en 33 parroquias rurales y 32 parroquias urbanas. (Quito, 2014).

Actualmente es considerada como la capital económica del Ecuador, ya que cuenta con mayor número de ingresos, superando incluso a Guayaquil, así lo determinan los resultados del censo en donde se establece según el INEC (2010) “que el 45.9% de los ingresos nacionales corresponden a Pichincha, mientras que el 27.2% a Guayas” esto se debe a al crecimiento en las actividades comerciales.

2.8.1. Actividad comercial

Según lo publicado por Diario La Hora (2011, pág. 13):

“El comercio, al por mayor y menor, mueve la economía interna, con más de 23 mil millones de dólares en ventas (durante el período del censo). Le sigue la manufactura de productos (21 millones de dólares), donde la fabricación de productos de panadería, ocupa el primer puesto. Finalmente, están los ingresos del sector de servicios, con 17 mil millones de dólares.

Vicente Albornoz (2011, pág. 12), analista económico, piensa que el aumento de los ingresos en la ciudad es muy notorio ya que “En primer lugar, se debe a que el número de empleados públicos ha subido, quienes están concentrados en la capital. El aumento de capital que se mueve en Quito es evidente en la subida de los precios de los bienes raíces”; esto sumado a la actividad comercial tan próspera que tiene la ciudad, la convierte en un atractivo para las nuevas inversiones.

2.9. Historia del Gato en el mundo

2.9.1. Domesticación del gato

Según Lorenzo (2013, pág. 14):

“Hace unos 5.300 años, los gatos ya convivían con los humanos, en concreto, con los agricultores de un antiguo pueblo chino de Quanhucun. Entonces fue cuando los felinos empezaron a acercarse a los hombres, atraídos por los pequeños animales (roedores) que vivían entre el grano almacenado, y que les servían de alimento. Esta situación hizo posible la domesticación de un animal nocturno, que no era social: la relación entre felinos y agricultores supuso un beneficio para ambos”

Como lo publica Piperino (2013, pág. 61) refiriéndose a estudio elaborado por la Universidad de Washington en St. Louis (EEUU), “en el que se han analizado los restos óseos de animales del yacimiento de Quanhucun. Sus resultados constituyen la primera evidencia directa de los procesos de domesticación de este felino”. Por otra parte, según lo publica SINC(2013), este hallazgo supone que “la relación entre gatos y hombres se originó al menos 14.000 años más tarde que la de humanos y perros, cuyo inicio ha sido datado por un estudio genético reciente en hace entre 19.000 y 32.000 años”

- Restos Raros

Según un comunicado de la investigadora del departamento de antropología de la Universidad de Washington (EEUU) y una de las autoras del estudio Fiona Marshall (2013, pág. 16) “Los restos de gato raramente son encontrados en antiguos yacimientos arqueológicos, por lo que se sabe poco sobre su proceso de domesticación por parte de los seres humanos”

Según investigaciones publicadas por National Geographic se hace relación a que los primeros gatos domesticados vivieron en Egipto, además se debe recalcar el descubrimiento realizado por Chipre en el 2004, y que data de hace unos 9500 años; donde encontró un gato salvaje enterrado con su dueño.(Cordón, 2014, pág. 62)

- Origen aún por definir

Según estudios publicados por SINC (2013) “los 600 millones de gatos domésticos en el mundo actual descienden del gato *Felis silvestris libica*, una especie salvaje presente hoy en día en Europa” También se menciona que “Si los felinos de Quanhucun fueran descendientes de esta especie, indicaría que fueron domesticados en otro lugar y posteriormente introducidos a la región”.

Además Marshall (2013, pág. 19) afirma que "Todavía no sabemos si estos gatos llegaron a China desde Oriente, se cruzaron con otras especies de felinos asiáticos, o si los gatos procedentes de China tuvieron algún papel en el proceso de domesticación", recalca la investigadora.

2.9.2. Antiguo Egipto

Según Cordón en su informe a la National Geographic (2014) menciona que:

“Los antiguos egipcios destacaron por tener numerosos animales de compañía y por el particular afecto que sentían por ellos. El célebre historiador griego Herodoto de Halicarnaso, que visitó Egipto a mediados del siglo V a.C., subrayó que “los animales domésticos eran abundantes” y dio testimonio de la gran desolación que la muerte de una mascota producía entre los habitantes de la casa; éstos se depilaban las cejas en signo de aflicción cuando moría su gato, y se afeitaban todo el cuerpo, incluida la cabeza, si el que moría era un perro”

Cordón(2014), en su publicación también afirma que:

“Desde el Imperio Antiguo (2686-2173 a.C.) los egipcios se hicieron representar junto a sus mascotas en los muros de sus tumbas, en las estelas funerarias y en los sarcófagos. El poder mágico y religioso que se atribuía a la imagen en el Egipto faraónico (ya fuese en forma de escultura, relieve o pintura) aseguraba que el dueño y el animal que él quería, así representados, siguieran gozando de la mutua compañía en el Más Allá”

Por lo antes mencionado se sabe entonces muchas características de la relación que mantenían los egipcios con los gatos, ya que permite conocer cómo eran los felinos en esos años, además de las especies que habitaban en este lugar, de su domesticación y los cuidados que recibían.

2.9.3. Usos del gato

Según estudios realizados durante la edad media, el gato no solo era el cazador de los roedores sino que en la medicina medieval algunas de sus partes eran utilizadas para realizar cremas y medicamentos. Por ejemplo para disminuir la caída de cabello, la epilepsia o para bajar la fiebre se utilizaban sus excrementos. Los ungüentos para curar la artritis y los dolores ocasionados

por la gota se los elaboraba con la grasa y la médula del gato, por otro lado su carne curaba hemorroides o dolores de espalda. (National Geographic, 2012)

Según la National Geographic (2012) “algunos tratados de medicina precisan incluso el color del gato que hay que usar dependiendo la enfermedad, se aconseja usar un gato negro si ésta es de origen caliente, mientras que si es frío se aconseja un gato blanco”. Además se menciona que “con su piel se hacían con ellas mantas, alfombras o cojines para sillas”.

2.9.4. Época moderna

Como lo menciona SINC (2013) en su publicación:

“Los estragos de la peste negra ayudaron a la rehabilitación del gato y empieza a considerarse animal familiar en los textos a partir del siglo XVII. Gracias a los descubrimientos científicos de mitad del siglo XIX, y a los inicios de la explicación de la naturaleza y de la transmisión de las enfermedades por los microbios y no por las brujas, se demuestra que el gato es un ejemplo de higiene ya que se lava hasta veinte veces al día. El don que tiene el felino para cazar ratones vuelve a ser apreciado, y el primer felino vendido en Paraguay será intercambiado por un lingote de una libra de oro”

Además Cordón (2014, pág. 28) menciona que:

“El gato ofrece sus servicios en tiendas, oficinas, almacenes, granjas y navíos. Hay compañías de seguros que incluso exigen que haya gatos presentes en los buques de carga. El mundo artístico ayudará también a la rehabilitación del pequeño felino gracias especialmente al movimiento romántico del siglo XIX. El gato se usará a partir de entonces en todas las artes, ya sea la música, la pintura o el cine. Las creencias y supersticiones que encontramos hoy en día alrededor de los gatos y de sus características maléficas son los últimos rastros del miedo y de la desconfianza resultantes de los siglos pasados”

2.10. Principales razas y cuidados de las mascotas felinas

2.10.1. Razas

2.10.1.1. Siamés

Ilustración No. 1. Gato Siamés bebé



Fuente: Yépez (2013)

Año: 2014

Según Yépez (2013) el gato siamés “proviene naturalmente del antiguo reino de Siam, actualmente Tailandia. En 1880 fueron llevados a Inglaterra y en 1890 a EE.UU.”

Además menciona que:

“El Siamés moderno o Siamés estilizado indica un cuerpo elegante, esbelto, estilizado, flexible y bien musculoso, con un esquema de color denominado pointed y en otros casos, colourpoint. Su cabeza es de forma triangular, el hocico fino, los ojos son almendrados y oblicuos, las orejas son grandes, el cuello delgado y largo, del mismo modo que su cuerpo y su cola. Su pelo es corto, brillante, fino, suave, apretado y adherido al cuerpo” (Yépez, 2013)

Una de sus características principales es su color, el mismo que es más oscuro en los puntos donde la temperatura corporal de su cuerpo es menor (extremidades, cola, cara y orejas). Ésta raza es muy sociable, siente curiosidad por lo nuevo y siempre investigará todo lo que suceda en su entorno, es juguetona, ya que gusta de saltar y trepar, sus maullidos cuando se encuentra en celo son más graves de lo común. Hay que destacar que aunque la sumisión no es una de

sus características, es una especie muy fiel, alegre y cariñosa, y si se le imparte educación es muy receptivo. (Yépez, 2013)

Uno de los aspectos positivos de su caracterización biológica es que cuenta con el pelo corto, por lo que no requiere mucho cepillado, aunque su lado negativo es que es muy prolífico en el terreno sexual, además de no tolerar estar mucho tiempo lejos de sus amos y tiene estrabismo (según el ejemplar) (Yépez, 2013)

- Bosque de Noruega

Ilustración No. 2. Gato bosque de Noruega



Fuente: Yépez (2013)

Año: 2014

Se desconoce su origen exacto. Según Yépez (2013) “se piensa que viene de la mezcla entre gatos prehistóricos de pelo corto del sur de Europa que migraron a los países escandinavos y otros gatos de pelo largo procedentes de Oriente Medio. Aunque hay muchas otras conjeturas al respecto”

Son una especie antigua y muy popular, son grandes y rústicos, su cuerpo es alargado y fuerte, su cabeza tiene forma de un triángulo, sus ojos son oblicuos de color verde o amarillo, sus orejas son largas y anchas en la base, erguidas y con abundantes mechones, su pelaje es espeso, no muy largo y forma un gran collar y su cola es larga. (Yépez, 2013)

Yépez (2013) afirma que los gatos bosque de Noruega:

“Son fuertes y sanos, aunque provienen de un entorno plenamente natural, son cariñosos y muy hogareños, adaptándose sin problemas a cualquier espacio. Es una raza muy

noble y obediente aunque muchos no lo crean. Se trata de un gato muy sociable y comunicativo que agradecerá la compañía de los de su especie. Son observadores y muy inteligentes. Su complexión fuerte y ágil hace de ellos unos felinos capaces de llegar hasta el lugar más recóndito. No sólo son capaces de trepar por lugares inclinados, sino que, con la misma facilidad, logran descenderlos. Este talento se debe a que sus patas traseras son más largas que las delanteras y en ellas hay una gran resistencia, lo que facilita su equilibrio”

Además menciona que esta especie es “relativamente activa, necesita espacio para salir y explorar. Se encuentra mejor en actividad, sobre todo cazar ratones, para lo cual es muy hábil. Otras de las particularidades del comportamiento de esta raza, son su independencia, inteligencia y capacidad para trepar y permanecer en las alturas” (Yépez, 2013)

- Común europeo

Ilustración No. 3. Gato común europeo



Fuente: Yépez (2013)

Año: 2014

Según el portal comportamiento animal (2009):

“Se denomina gato de raza europeo a todo gato de pelo corto que habita en Europa e incluso fuera de ella, siempre que hagan vida doméstica. La raza de gato europeo tuvo un origen común durante siglos, mejor dicho milenios, y ha sido ennoblecida en el período comprendido entre las dos guerras mundiales. Sin duda la raza de gato europeo data de la más remota antigüedad y constituye, probablemente, la más genuina de las razas felinas”

Por otra parte Yépez (2013) dice que “el gato común europeo o mestizo es un animal que tiene su origen en el gato salvaje africano, que se extendió por Europa gracias a los romanos. Es el gato más habitual en las casas por ser un animal principalmente de compañía”

Por lo general es de color negro y atigrado, aunque una de sus principales características es que presenta una mezcla de colores entre blanco, amarillo y naranja, tiene pelo corto, aunque por el cruce de razas a veces lo puede tener largo, su instinto felino es muy desarrollado, es rebelde y desconfiado, pero es capaz de adaptarse con facilidad a diferentes ambientes. (Animales silvestres, 2012)

- Persa

Ilustración No. 4. Gato persa



Fuente: Yépez (2013)

Año: 2014

Esta raza se caracteriza porque su rostro es ancho y plano, su pelaje es abundante y puede ser de varios colores, al igual que sus ojos, su talla va de mediana a grande y su contextura es maciza, es pesado, sus patas son fuertes y cortas al igual que su cola, la misma que cuenta con bastante pelo y es de punta redondeada, además es un felino muy cariñoso y de naturaleza afable. (Comportamiento Animal, 2009)

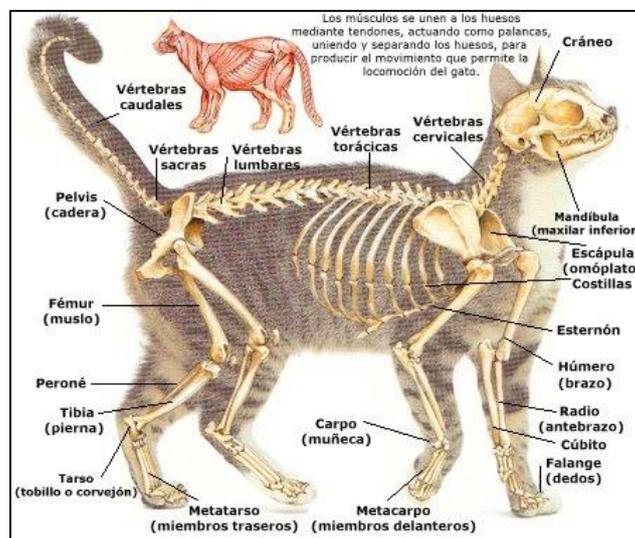
Según lo menciona Yépez (2013):

“Son considerados comúnmente como gatos aristocráticos (el 75% de los gatos de pedigree registrados son persas). Los primeros gatos persas fueron introducidos en Italia desde Persia (actual Irán) en la década de 1620 y a sus descendientes se les llamó de muchas maneras. La rama persa actual se desarrolló a finales de 1800 en Inglaterra y

proviene del gato de Angora turco. Tiene un temperamento excepcionalmente apacible y doméstico que nunca ha conocido los instintos salvajes típicos de sus parientes felinos. Es tranquilo y se pasa la mayor parte del día durmiendo. Le gusta hacer ostentación de su belleza. Los ejemplares de raza de gato Persa suelen ser muy sociables y afectuosos”

2.10.2. Anatomía del Gato

Ilustración No. 5. Esqueleto del gato



Fuente: Schweiz(2013)

Año: 2014

Schweiz (2013) menciona en su publicación que:

“El cuerpo de un gato presenta un esqueleto con 244 huesos (la cantidad exacta no se ha podido identificar debido a la diversidad de datos contradictorios y a las diversas razas o clases), aparentemente 38 huesos más que el del ser humano que tiene 206. Esto se debe al elevado número de huesos que forman la columna vertebral del gato, que se extiende hasta el extremo final de la cola en casi todas las razas de gatos. El esqueleto conserva las mismas peculiaridades básicas en todas las razas, salvo en contadas excepciones como es el caso del gato Manx o Bobtail japonés”

Además afirma que:

“El rasgo más característico del esqueleto felino es la flexibilidad de su espina dorsal, está compuesta por 7 vértebras cervicales, 13 dorsales, 7 lumbares, 3 sacras y 21 entre

las coccígeas y las caudales. Las costillas, 13 en cada lado, son cortas y robustas. Mantiene la flexibilidad debido a la unión relativamente suelta de las vértebras, separadas, como en los humanos, por discos. La columna está unida al cráneo y se extiende hasta la punta de la cola. Todo el cuerpo es flexible, el movimiento de la cola le permite mantener el equilibrio cuando escala o camina por lugares estrechos. No presenta clavículas que le quiten agilidad”

2.10.3. Cuidados del Cachorro

Por todo lo antes expuesto podemos decir que en la etapa en donde los felinos requieren de más cuidados y atención es cuando son cachorros. Los cuidados más importantes que se deben mantener según Suarez(2012) son:

- Ser desparasitado por un veterinario, para evitar una infección de lombrices, ya que si esto sucede esta puede ser transmitida a humanos.
- Además es muy importante administrar vacunas para la rabia, la panleucopenia felina o la rinotraqueitis.
- La comida suministrada debe ser apta para la edad, y la raza, se le debe dar a beber agua limpia.

2.10.4. Cuidados del Adulto

Para el autor Carlos Suarez (2012) el gato adulto, por lo general no necesita de mucha vigilancia humana ya que el solo se defiende en su entorno. Cabe destacar que los cuidados más comunes pueden ser:

- El cepillado es una de las actividades que se debe tener muy presente cuando en casa se tiene gatos de pelo largo o semi largo, por lo menos se lo debe realizar de manera trimestral.
- El gato debe contar con una caja de arena para hacer sus necesidades, ésta debe estar ubicada en un lugar en donde esté accesible para él tanto en el día como en la noche.

- Su cama debe ser blanda y acolchada, a los gatos no les gusta ser molestado cuando descansan, por tal motivo su cama debe estar ubicada en un lugar accesible.
- Sus visitas al veterinario deben ser periódicas, con el fin de mantener al día sus vacunas.
- Debe tener un lugar en donde pueda afilar sus uñas

2.10.5. Vacunación

Según Yépez (Yépez, 2013):

“Los veterinarios recomiendan que los gatitos comiencen su serie de vacunas a sus 8 semanas de nacido (también es muy importante la desparasitación interna y externa), usualmente el tratamiento consiste de 2 a 4 vacunas los primeros meses terminando con una inyección de refuerzo al cumplir su primer año. Si es un gato que vive dentro de su casa, no se recomiendan refuerzos anuales, pero si vive afuera, corre más peligro de contagio en su medio ambiente y debe reforzarse con más frecuencia. Consultar con tu veterinario es la mejor forma de encontrar el tratamiento adecuado”

Por lo dicho en el párrafo anterior, se debe tener muy en cuenta que los gatitos, son muy propensos a adquirir cualquier virus, puesto que por su natural curiosidad estarán en lugares o se encontrarán en situaciones muy difíciles de controlar por sus dueños.

2.11. Marco Conceptual

Rentabilidad Financiera: “Se relaciona el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener ese lucro. Dentro de una empresa, muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos. La rentabilidad puede verse como una medida de cómo una compañía invierte fondos para generar ingresos”. (Serrahima, 2011)

Apalancamiento Financiero:

“Es el término utilizado dentro de la rama financiera que hace referencia al grado en que una empresa depende de la deuda, es decir, qué tanto es que una empresa llega a recurrir durante su tiempo de vida de los préstamos, ya sean a personas externas o terceros externos, como a personal interno de la empresa, esto con el propósito de reestructurar su capital, ampliar una línea de producción, o bien

simplemente financiar alguna actividad relacionada de forma directa con el giro de la empresa” (Sotero, 2010)

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

3.1. Planteamiento del problema de investigación

La presente investigación ayudará a recolectar datos que determinen lo que los potenciales clientes esperan de un hotel para gatos, adicionalmente se conocerán los indicadores económicos, la factibilidad y rentabilidad que tendrá el proyecto dentro del mercado, información que permita establecer las ventajas y desventajas de hacer una inversión a esta iniciativa.

Este proyecto tendrá trascendencia de interés local ya que busca dar soluciones y generar fuentes de empleo e ingresos en la zona, brindando un servicio personalizado a las mascotas felinas.

La idea de crear este hotel para gatos es brindar una nueva alternativa, en la cual las personas que tienen un gato como compañero, puedan viajar sin la preocupación de no tener un lugar donde dejarlo.

3.2. Identificación del servicio

3.2.1. Características

El hotel contará con las siguientes áreas:

- **Confort:** El área de confort contará con lo necesario para que el hospedaje del felino sea una experiencia inolvidable, ésta contará con:
 - Camas
 - Mantas
 - Jaulas no dañinas

- **Limpieza:** Los felinos son animales a los cuales les gusta contar con privacidad al momento de realizar sus necesidades.

3.2.2. Consumidor del servicio

Los clientes potenciales del servicio, serán todas aquellas personas que tengan como mascota un felino, que por diferentes factores deban ausentarse de su hogar, y por tal motivo no cuenten con alguien de confianza que cuide a su gatito.

Los clientes potenciales del proyecto se identifican dentro de la clase media y alta; esto debido a que el hotel para gatos es catalogado como un lujo, que los propietarios buscan dar a sus mascotas, proporcionándoles la oportunidad de relajarse y mantenerse en un ambiente apto para ellos cuando deban prescindir de la ausencia de sus amos.

3.3. Estructura del mercado

En un mercado en el que casi no existe competencia, se deben establecer diferentes condiciones que le permitan a la empresa fidelizar a los clientes, ya que se espera que la competencia sea mayor en un corto plazo, por lo que se deberá tomar muy en cuenta la información de características sociales, económicas y culturales que existan en el mercado objetivo.

3.4. Población

Según el INEC (2010), en su último censo de población y vivienda, en el barrio del norte de la ciudad de Quito, existen 1.192 familias, cifra de la cual se partirá en la presente investigación para la recolección de los datos necesarios para su desarrollo.

3.5. Segmentación

Para la presente investigación la segmentación se verá enfocada en las siguientes variables:

- Geográfica
- Psicográficas
- Demográficas

Cuadro No. 9. Segmentación de mercado

| SEGMENTACIÓN DE MERCADOS | | | | |
|--------------------------|-------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---|
| MERCADO DE CONSUMO | | | | |
| Población | FACTOR DE SEGMENTACIÓN | | | |
| | GEOGRÁFICA | DEMOGRÁFICA | PSICOGRÁFICA | CONDUCTUAL |
| | Ecuador | Edad rango 20 – 60 en adelante | Tienen afinidad con los felinos | Les gusta consentir a su mascota |
| | Pichincha | Sexo indistinto | Calidad de vida media y alta. | Prefieren servicios de calidad |
| | Quito | Población económicamente activa | Exigente | Pagan precios en proporción a la calidad percibida. |
| Sector norte | Clase media alta y alta | | | |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

3.6. Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta una población finita de 1.192 que corresponden a las familias del norte de la ciudad de Quito, establecidas por el INEC (2010) en su último censo de población y vivienda.

El margen de error que se empleara para este cálculo será del 5%

A continuación se muestra el cálculo partiendo de los siguientes datos.

(Nivel de confianza) $Z = 1.96$

(Error) $e = 5\%$

(Población) $N = 1.192$

Probabilidad de éxito $p = 0.50$

Probabilidad de Fracaso $q = 0.50$

$$n = \frac{1.96^2 * 1.192 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * 1.192 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 290,53 = 291$$

El número de la muestra obtenido es 291, que son el número de encuestas que van a aplicarse.

3.7. Investigación de Campo

Para dar pie a la investigación de campo con la que se recolectará la información necesaria para el desarrollo del estudio como tal, se utilizará el instrumento del cuestionario. Teniendo en cuenta lo antes mencionado se realizarán encuestas con preguntas cerradas que permitan recolectar la información requerida, también se utilizarán datos de libros e informes de las diferentes instituciones afines a la actividad de la empresa.

3.7.1. Diseño de la encuesta

El objetivo de la encuesta es analizar el grado de aceptación de un hotel para gatos en el sector norte de la ciudad de Quito, a través de preguntas cerradas debido a que estas permiten obtener con mayor precisión la respuestas del encuestado, permitiendo captar las percepciones y preferencias de los posibles clientes potenciales hacia la futura creación de la empresa planteada en la investigación (Anexo No. 1)

3.7.2. Prueba piloto

La prueba piloto nos sirve para verificar si la encuesta que se va a realizar nos va a aportar la información que deseamos obtener. En este caso la prueba piloto fue totalmente satisfactoria ya que se la realizó a 10 personas, no hubo complicaciones y finalmente el cuestionario que se realizó nos da la información necesaria para poder seguir adelante con la investigación.

3.7.3. Levantamiento de la investigación

Para la recolección de información y aplicación del cuestionario se deberán tomar en cuenta los siguientes detalles:

- El 50% de las encuestas se las realizarán en los principales centros comerciales del sector.

- El 25% serán aplicadas en las estaciones de buses
- El 25% de los cuestionarios restantes se los realizarán en las principales calles del sector de manera segregada a los moradores.

Se debe tener en cuenta el siguiente procedimiento al momento de la aplicación de los cuestionarios:

- Saludo
- Presentación
- Lectura de las preguntas y escritura de cada una de las respuestas
- Agradecimiento

Cabe recalcar que las encuestas serán realizadas únicamente por las autoras del proyecto de investigación.

3.7.4. Tabulación y procesamiento de la información

1. ¿Tiene una mascota en su hogar?

Cuadro No. 10. Número de encuestados que tiene mascotas

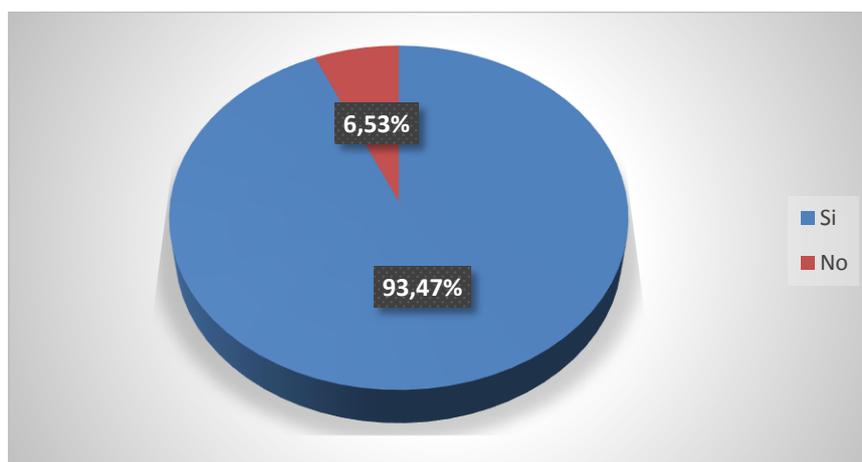
| OPCIONES | ENCUESTADOS | % |
|--------------|-------------|----------------|
| Si | 272 | 93,47% |
| No | 19 | 6,53% |
| Total | 291 | 100,00% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 5. Número de encuestados que tiene mascotas



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: La mayor parte de las personas encuestadas tienen una mascota en sus hogares, y como muestra la gráfica quienes no tienen mascotas, es un grupo minoritario.

2. ¿Cuál es la mascota de su preferencia?

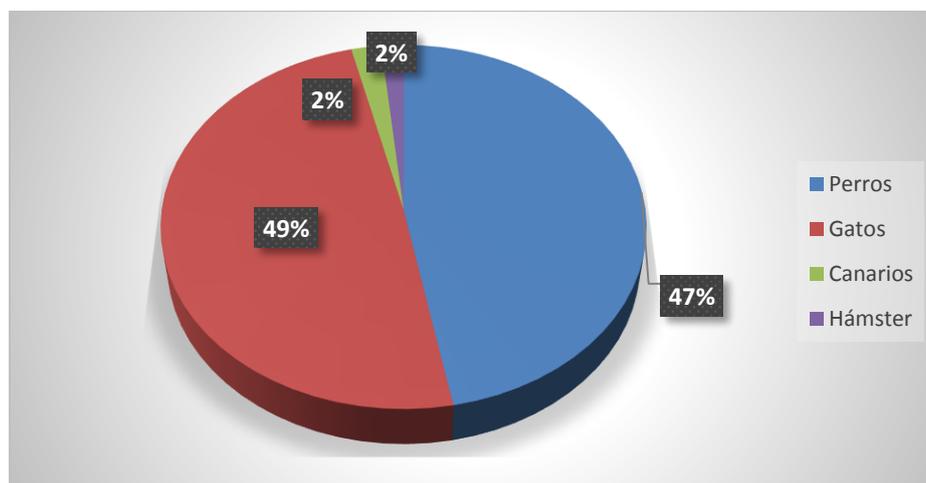
Cuadro No. 11. Mascota de preferencia de los encuestados

| OPCIONES | ENCUESTADOS | % |
|--------------|-------------|----------------|
| Perros | 138 | 47,42% |
| Gatos | 144 | 49,48% |
| Canarios | 5 | 1,72% |
| Hámster | 4 | 1,37% |
| Total | 291 | 100,00% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 6. Mascota de preferencia de sus encuestados

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: En los datos obtenidos en la investigación, se puede constatar que la mascota con la que los ciudadanos encuestados tienen más afinidad son los gatos, seguidos en importancia por los perros, canarios y hámster.

3. ¿Le gustaría poder dejar a su gato en un lugar especializado, cuando tenga que ausentarse de su hogar y no disponga de una persona que pueda cuidarlo?

Cuadro No. 12. Nivel de disposición

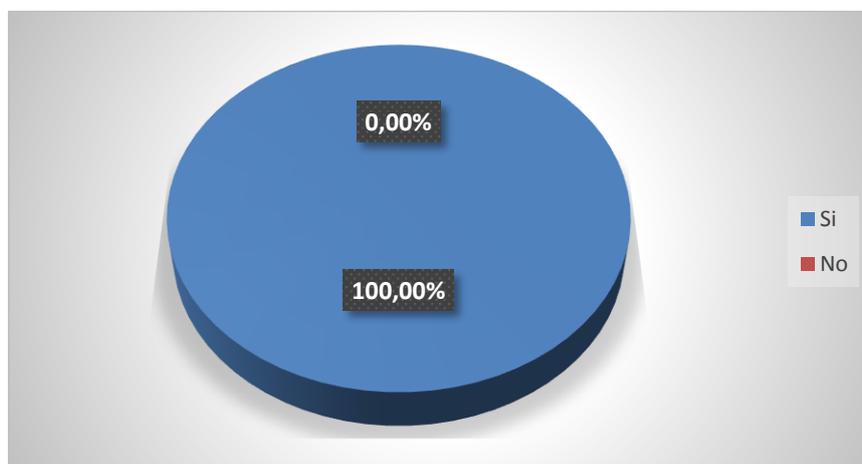
| OPCIONES | ENCUESTADOS | % |
|--------------|-------------|----------------|
| Si | 144 | 100,00% |
| No | 0 | 0,00% |
| Total | 144 | 100,00% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 7. Nivel de disposición



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: El total de las personas encuestadas que tienen gatos, les gustaría poder dejar a su mascota en un lugar especializado, cuando tengan que ausentarse de su hogar y no disponga de una persona que pueda cuidarlo.

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de calidad y especializado, en el cuidado y hospedaje de felinos por día?

Cuadro No. 13. Disponibilidad de pago

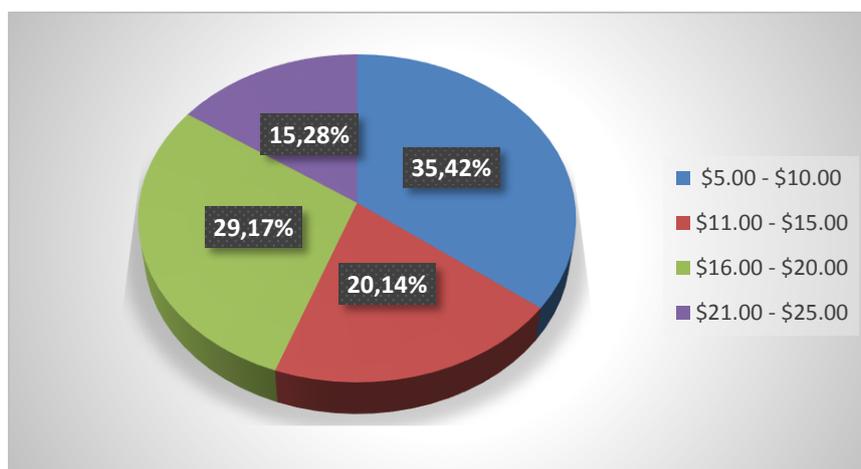
| OPCIONES | ENCUESTADOS | % |
|-------------------|-------------|----------------|
| \$5.00 - \$10.00 | 51 | 35,42% |
| \$11.00 - \$15.00 | 29 | 20,14% |
| \$16.00 - \$20.00 | 42 | 29,17% |
| \$21.00 - \$25.00 | 22 | 15,28% |
| Total | 144 | 100,00% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 8. Disponibilidad de pago



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: La mayoría de los encuestados afirman que el presupuesto que generalmente asignan para el cuidado de sus mascotas está entre \$5 - \$10, seguidos de aquellos que destinan un valor entre \$16 y \$20; luego se encuentran las personas que toman en cuenta entre sus gastos entre \$11 y \$15, y tan solo minoritariamente los que se permiten gastar entre \$21 y \$25 para sus mascotas.

5. ¿Qué servicios adicionales al hospedaje le gustaría que existan en el hotel?

Cuadro No. 14. Servicios adicionales

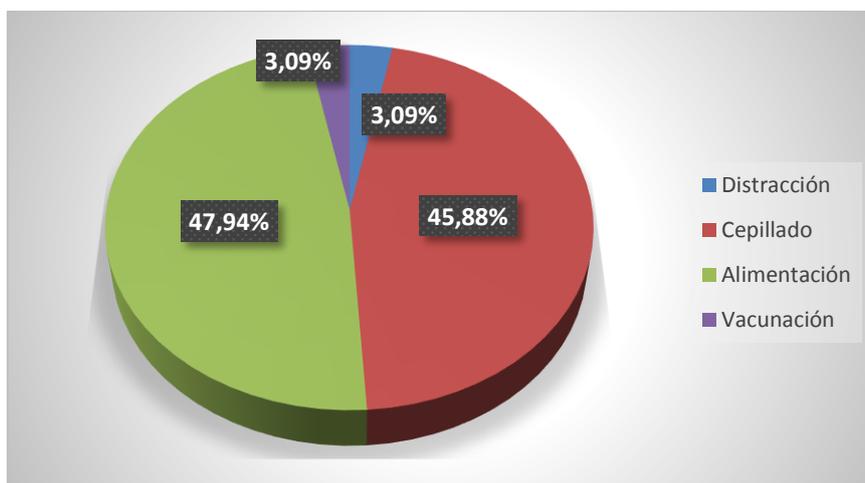
| OPCIONES | ENCUESTADOS | % |
|--------------|-------------|----------------|
| Distracción | 6 | 3,09% |
| Cepillado | 89 | 45,88% |
| Alimentación | 93 | 47,94% |
| Vacunación | 6 | 3,09% |
| Total | 194 | 100,00% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 9. Servicios adicionales



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: A las personas encuestadas les gustaría recibir la alimentación como un servicio adicional para su mascota felina, seguido por el cepillado como preferencia número dos, la vacunación cuenta con un nivel de aceptación medio bajo y la distracción casi no tiene acogida.

6. Si usted estaría dispuesto a adquirir estos servicios de cuidado para su mascota, ¿Cuántos días al año los contrataría?

Cuadro No. 15. Número de días de posible contrato

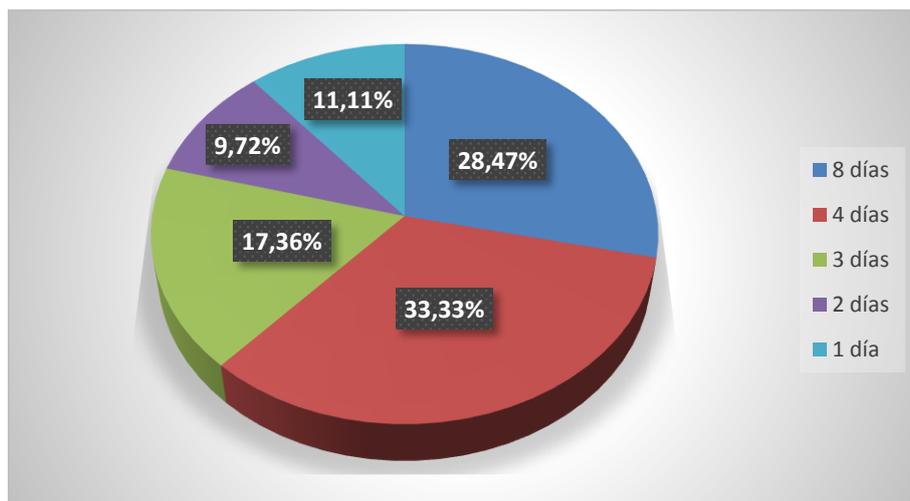
| OPCIONES | ENCUESTADOS | % | D/ACTUAL | DÍAS | V/. DEM |
|--------------|-------------|-------------|------------|------|--------------|
| 8 días | 41 | 28,47% | 157 | 8 | 1.255 |
| 4 días | 48 | 33,33% | 184 | 4 | 735 |
| 3 días | 25 | 17,36% | 96 | 3 | 287 |
| 2 días | 14 | 9,72% | 54 | 2 | 107 |
| 1 día | 16 | 11,11% | 61 | 1 | 61 |
| Total | 144 | 100% | 551 | | 2.445 |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 10. Número de días de posible contrato



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: Gran parte de las personas encuestadas contrarían los servicios del hotel para gatos por 1 día, es decir 8 días al año, tomando en cuenta los feriados nacionales establecidos, luego se encuentran los correspondientes a 3 días al año, y al último están los que lo harían por 1 día al año.

7. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre el servicio de hospedaje?
Elija una opción de su preferencia

Cuadro No. 16. Medios de comunicación

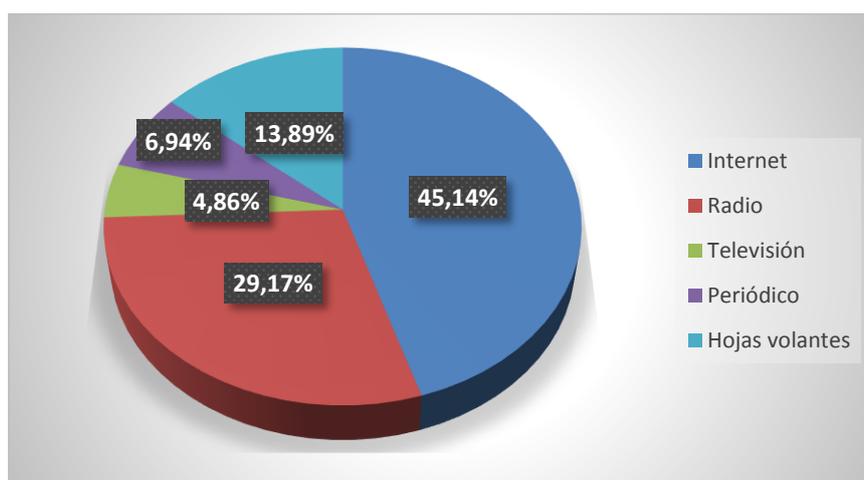
| OPCIONES | ENCUESTADOS | % |
|----------------|-------------|-------------|
| Internet | 65 | 45,14% |
| Radio | 42 | 29,17% |
| Televisión | 7 | 4,86% |
| Periódico | 10 | 6,94% |
| Hojas volantes | 20 | 13,89% |
| Total | 144 | 100% |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Gráfico No. 11. Medios de comunicación



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Análisis: Más de la mitad de las personas encuestadas piensan que la publicidad del negocio se la debe realizar por internet, luego están los que se muestran interesados en conocer de la empresa por medio de radio, y con porcentajes muy inferiores las personas que les parece que las hojas volantes son la mejor opción de darse a conocer en el mercado, así como los que les gustaría que se promocioe el hotel a través de los periódicos.

3.8. Análisis de la Demanda

El propósito del estudio de la demanda es caracterizar y cuantificar las personas que estarían dispuestas a adquirir los servicios que se brindarán en el hotel para gatos, además de realizar su proyección para los próximos 5 años.

Los resultados de la encuesta aplicada, nos indica que el 100% de la población estaría dispuesta a contratar los servicios de un lugar especializado en hospedaje de mascotas felinas, por lo cual se debe realizar la investigación adecuada para brindar servicios y productos de calidad.

3.8.1. Factores que la afectan

- **Clase social:** Es una combinación de ocupación, ingreso, estudio, riqueza y otras variables.
- **Edad y ciclo de vida:** Los servicios que las personas adquieren cambian a lo largo de su vida.
- **Personalidad:** La personalidad se refiere a las características psicológicas únicas que dan pie a respuestas relativamente consistentes y duraderas al entorno individual.

3.8.2. Comportamiento Histórico

Para el presente estudio no se cuenta con información sobre un comportamiento histórico de la demanda, esto se debe a que el proyecto que se está elaborando es de un negocio innovador y que no existe en el mercado actual, por lo que para el análisis se partirá de la demanda existente actualmente.

3.8.3. Demanda actual

Actualmente la demanda existente en la ciudad de Quito es muy elevada, puesto que aún no existe una empresa que brinde el servicio de hospedaje y cuidado para gatos, por lo que después de la recolección de datos, a través de una encuesta a los pobladores del sector y después de filtrar la información se ha podido determinar el universo de donde se partirá.

Cuadro No. 17. Universo

| CÁLCULO UNIVERSO | | |
|---|----------------------------|-----------------|
| VARIABLE | RESPUESTA FAVORABLE | CANTIDAD |
| Universo (Familias Mercado objetivo - Quito) | | 1.192 |
| Preg. 1. ¿Tiene una mascota en su hogar? | 93,47% responde si | 1.114 |
| Preg. 2. ¿Cuál es la mascota de su preferencia? | 49,48% responde gato | 551 |
| TOTAL | | 551 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

1.192 familias, determinadas a partir del número de total existente en el norte de la ciudad de Quito(INEC, 2010), donde el 93,47% de estas tienen un mascota en su hogar, de las cuales el 49,48% tiene un gato; este valor entonces será tomado como el universo del que partiremos para el desarrollo de la presente investigación, obteniendo de esta manera la demanda actual en base al número de servicios (días de contrato) que adquirirían los clientes, de la siguiente forma:

Cuadro No. 18. Demanda actual del servicio

| DEMANDA ACTUAL | | | | |
|-----------------------|--|-----------------|-----------------------|-----------------------------|
| DÍAS AL AÑO | PREGUNTA 6 - % DÍAS DE CONTRATACIÓN | UNIVERSO | DEMANDA ACTUAL | DEMANDA A SATISFACER |
| 8 | 28,47% | 157 | 1.255 | 477 |
| 4 | 33,33% | 184 | 735 | 279 |
| 3 | 17,36% | 96 | 287 | 109 |
| 2 | 9,72% | 54 | 107 | 41 |
| 1 | 11,11% | 61 | 61 | 23 |
| | 100% | 551 | 2.445 | 929 |

Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Encuesta poblacional

Año: 2014

Es importante mencionar que de acuerdo a la capacidad instalada con la que cuenta el nuevo negocio solo podrá satisfacer el 38% de la demanda existente, valores que se encuentran detallados en el cuadro presentado anteriormente.

3.8.4. Proyección de la demanda

De acuerdo a los datos establecidos en la demanda actual, y tomando en cuenta el crecimiento del sector del servicio de mascotas en el país, el mismo que es 5,77% anual según lo que se establece en un estudio realizado por Cochambay (2012); se ha podido determinar su proyección de la siguiente manera:

Cuadro No. 19. Demanda proyectada

| DEMANDA TOTAL PROYECTADA | |
|---------------------------------|------------------|
| AÑO | SERVICIOS |
| 2015 | 929 |
| 2016 | 983 |
| 2017 | 1.039 |
| 2018 | 1.099 |
| 2019 | 1.163 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

3.9. Análisis de la oferta

Para la presente investigación se debe destacar que no existe una oferta actual, puesto que al momento no existe un hotel para gatos en el mercado. Podemos mencionar como oferta indirecta a las empresas de hospedaje de caninos, éstas según Lord Guau (2014) brindan los siguientes servicios: “Cuidados integrales de belleza, adiestramiento, asesoramiento en la compra de cachorros, maternidad, guardería, asistencia en viajes de mascotas, manejo de ejemplares para exposiciones, asistencia veterinaria, alquiler de jaulas de transporte, trámites para viajes internacionales y nacionales de mascotas”

Cabe mencionar entonces, que al no existir oferta alguna, en el presente estudio se tomará como demanda insatisfecha, la totalidad de la demanda existente en el mercado.

3.9.1. Factores que la afectan

La cantidad ofrecida no es necesariamente igual a la cantidad que en realidad se vende, por lo tanto los factores que determinan la oferta son:

- Precio del servicio
- Los precios de los servicios relacionados, además de los futuros esperados
- El número de oferentes en fechas determinadas

3.9.2. Comportamiento Histórico

Por todo lo antes mencionado, se puede destacar que al momento no existen valores referentes de una oferta existente, puesto que en el mercado actual solo se pueden encontrar servicio de hospedajes para caninos, ya que se piensa que los felinos son animales que requieren de mucho más cuidado, por lo que el presente proyecto innovará la forma de pensar hacia este tipo de mascotas.

3.10. Proyección de la demanda insatisfecha

3.10.1. Participación de la demanda insatisfecha

Tomando en cuenta la información que se ha podido recolectar en la investigación de campo, se ha determinado que la demanda insatisfecha es la misma cantidad establecida en el cuadro 21, de la demanda satisfacer, puesto que al no existir una oferta real los valores se mantienen, además su proyección a 5 años queda de la siguiente manera:

Cuadro No. 20. Demanda Insatisfecha Proyectada

| DEMANDA TOTAL PROYECTADA | |
|---------------------------------|------------------|
| AÑO | SERVICIOS |
| 2015 | 929 |
| 2016 | 983 |
| 2017 | 1.039 |
| 2018 | 1.099 |
| 2019 | 1.163 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Es importante mencionar, que la empresa brindará servicio de hospedaje para gatos, adicionalmente el cliente podrá escoger actividades como cepillado y alimentación, presentándose la demanda insatisfecha por servicio de la siguiente manera:

Cuadro No. 21. Demanda insatisfecha por servicio

| DEMANDA POR SERVICIO | |
|-------------------------------------|------------|
| HOSPEDAJE | |
| # DE DIAS DE SERVICIO AL AÑO | |
| 8 | 265 |
| 4 | 310 |
| 3 | 161 |
| 2 | 90 |
| 1 | 103 |
| TOTAL SERVICIOS AL AÑO | 929 |
| CEPILLADO (SERV. AL AÑO) | 1080 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Los valores que determinan la cantidad de servicios al año del hospedaje, hace referencia a los porcentajes obtenidos en la pregunta # 6 de la encuesta poblacional realizada anteriormente.

Se debe recalcar que para el servicio de cepillado, la demanda ha sido calculada partiendo de la población en la que las familias del norte de la ciudad de Quito mostraron a través de una encuesta su preferencia a obtenerlo a razón del 49%; por otro lado para la alimentación se ha tomado en cuenta el total demandado al año de hospedajes por el 51% de aprobación por parte de los encuestados, como se puede observar en la pregunta No. 5.

En este contexto, mediante la pregunta No. 6 se busca determinar el número de días al año en los que la población estaría dispuesta a adquirir el servicio, en tal virtud, se ha tomado como referencia el número de días que tiene de vacaciones anuales (15 días anuales) más feriados que anualmente se decretan en el país (8 días), dato que permite determinar el número de servicios a brindar anualmente, considerando que en la mayoría de los casos será mayor a 1 noche de hospedaje

3.10.2. Conclusiones

- Se puede determinar que la única oferta que existe en el mercado es indirecta, por lo que en la actualidad no existe competencia para el negocio propuesto, es por eso que este proyecto es totalmente factible.
- El cálculo de la demanda insatisfecha demuestra que existe un mercado amplio para un hotel para gatos, tal como lo muestra la pregunta # 3 de la encuesta en la que el 100% de personas estaría dispuestos a contratar el servicio de un hotel para gatos.
- El proyecto basará sus actividades a brindar el servicio de hospedaje y adicionalmente a éste cepillado, puesto que según la pregunta 5 de la encuesta, son los que más acogida tienen ya que cuentan con un porcentaje de 49%.

CAPÍTULO IV

4. Ingeniería del Proyecto

Una vez determinada la demanda insatisfecha y el porcentaje que el negocio cubrirá de la misma, es importante establecer los detalles del cómo lograr posicionar a la empresa en el mercado.

4.1. Descripción del producto

HappyCat, es una empresa que proporciona servicios de hospedaje a las mascotas felinas, adicionalmente a esto de manera opcional los clientes pueden optar por servicio de cepillado; siempre orientada a satisfacer los requerimientos de las clientela, del norte de la ciudad de Quito.

4.1.1. Características

- Distribución física

Área administrativa

El área administrativa, se encontrará ubicada en el local comercial donde funcionará el hotel para gatos, contará con secciones que facilitarán las labores diarias del personal que laborará en este sector.

- Recepción y secretaría: Este espacio se encontrará adecuado con los elementos necesarios para facilitar la atención al cliente.
- Oficina del Gerente: Este lugar será destinado para la persona que dirigirá el negocio, proporcionándole las facilidades necesarias para una correcta y adecuada administración.

- Oficina del Contador: Desde esta oficina se controlarán las finanzas del negocio

Área operativa

En el área operativa, es donde se brindará directamente el servicio a los clientes, constará de:

- Hospedaje: Se ubicarán a las mascotas, aquí existirán todos los elementos necesarios para poder brindar este servicio, por ejemplo camas, colchas, entre otras.
- Cepillado: Existirán las herramientas con las que se otorgará este servicio.
- Alimentación: Se ubicará a las mascotas al momento de su alimentación diaria, este servicio estará incluido en el hospedaje.

Área de limpieza

- Estacionamiento: Estará ubicado en el ingreso principal al hotel, contará con una capacidad para aparcar 4vehículos, de las cuales 1 serán destinadas para el área administrativa y 1 para las personas con capacidades especiales, mujeres embarazadas y/o adulto mayor.
- Bodega: Estará ubicada en la parte posterior del local comercial, este lugar será destinado para almacenar los insumos necesarios para proporcionar los servicios, además de los artículos de limpieza y mantenimiento.

- Requerimientos de personal

De acuerdo a las áreas programadas y para el efectivo funcionamiento de las mismas dentro hotel para gatos, bajo normas de control de calidad se dispone la contratación del siguiente personal:

Área administrativa

- Gerente
- Secretaria -repcionista
- Contador (concurrirá a la empresa 1 día por semana y posteriormente de acuerdo a la demanda del negocio)

Área operativa

- 1 Veterinario- El veterinario trabajará una hora diaria, en un horario de 9am a 10am y atenderá llamadas de emergencia, tomando en cuenta que esto se encontrará incluido en su remuneración mensual.
- 1 Estilista, por llamado de servicio
- 1 Auxiliar por llamado de servicio

Área de limpieza

- 1 Encargado de la limpieza fijo y 1 por llamado de acuerdo a necesidad.

En conclusión para el normal funcionamiento de la empresa se requerirán 8 personas en su totalidad, tanto para administración, operación y limpieza, de las cuales 4 son de planta y 3 por llamada según servicio solicitado.

4.1.2. Tecnología requerida

Para el desarrollo del proyecto se necesitarán los siguientes equipos tecnológicos

- **3 Computadores:** los mismos que contarán con programas especiales que nos permitan tener un control del personal, las ventas, contabilidad y administración.
- **Cámaras de vigilancia:** se contarán con cámaras de alta calidad y definición para poder tener una amplia cobertura de seguridad y vigilancia de cada espacio del negocio, y así evitar inconvenientes que se puedan presentar.

- **Planta de luz:** Está previsto disponer de una planta de luz con el fin de atender posibles emergencias que se presenten por falta de fluido eléctrico.

4.1.3. Insumos requeridos

Para el normal desarrollo de la empresa, se requerirá de insumos de limpieza, puesto que se deberá tener lo más higiénico posible el local, sobre todo el área operativa, puesto que será ahí donde el servicio será otorgado a los felinos.

4.2. Descripción del proceso

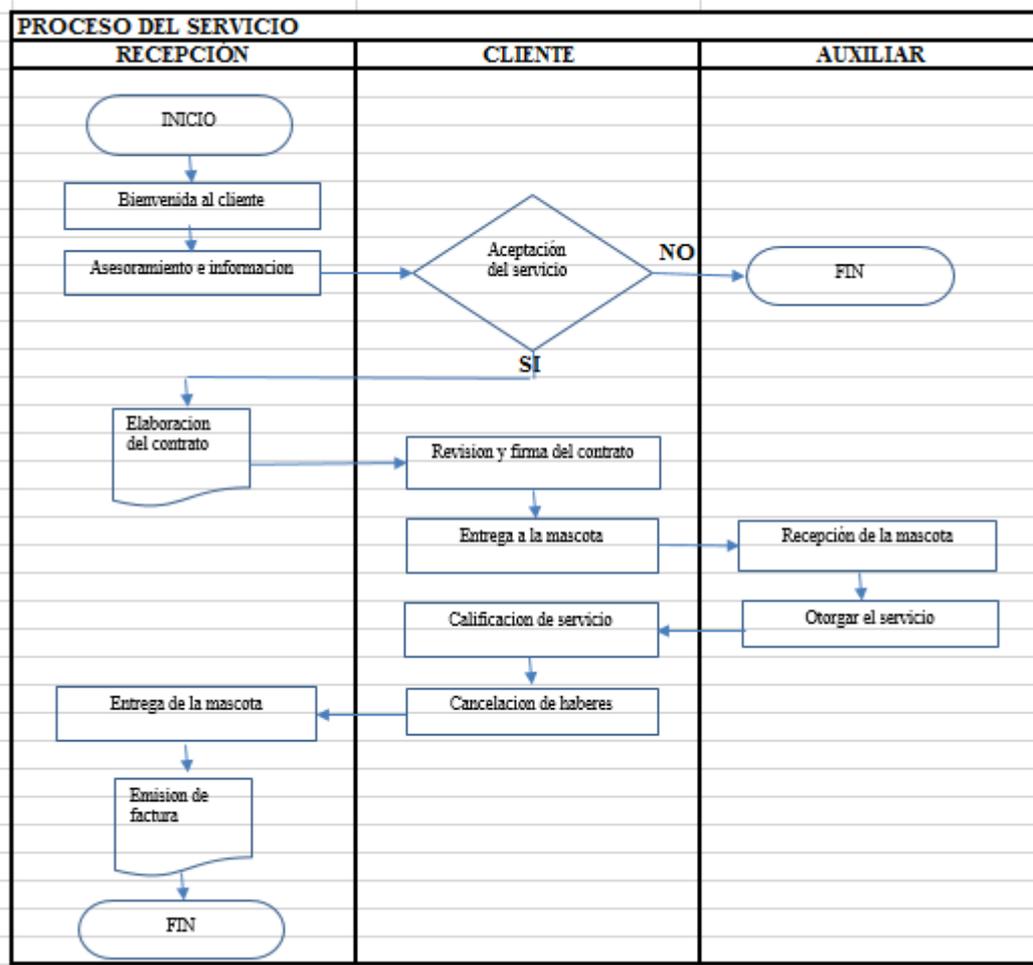
4.2.1. Diagrama de flujo

Son una serie de pasos secuenciales que representan de una manera tradicional los detalles de los procesos.

Descripción de procedimiento de la dotación del servicio:

1. Bienvenida al cliente
2. Asesoramiento e información
3. Aceptación de servicio por parte del cliente
4. Elaboración de contrato
5. Revisión y firma del contrato
6. Entrega de la mascota para prestación de servicio
7. Recepción de la mascota por auxiliar de servicio
8. Otorgar el servicio
9. Calificación de servicio
10. Cancelación de haberes
11. Emisión de factura
12. Entrega de la mascota

Gráfico No. 12. Flujograma de procesos



Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

4.3. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal. Es necesario tomar en cuenta los varios aspectos para el tamaño adecuado del hotel para gatos, como el equipo, mobiliario, personal y financiamiento, se debe tener en cuenta también los aspectos técnicos con los que se debe cumplir para un buen funcionamiento y buena atención a los potenciales clientes, los que se describen a continuación:

4.3.1. Tamaño del proyecto en función de la demanda.

La demanda insatisfecha, es uno de los factores que condicionan el tamaño del proyecto, el hotel para gatos para su funcionamiento operativo debe cubrir la demanda por satisfacer que es de 551 familias del norte de la ciudad de Quito, norte de Quito, es decir 929 servicios al año, tomando en cuenta que este valor es calculado en base al número de días al año, en los que contratarán hospedaje para felinos.

4.3.2. Tamaño del proyecto en función de la materia prima

Para el presente proyecto se tomarán como materia prima los alimentos y elementos necesarios para el trabajo diario, se deberá tomar en cuenta que estos se encontrarán ubicados en un área específica, en donde se les proporcionará a las mascotas este servicio.

4.3.3. Tamaño del proyecto en función de la maquinaria, equipo, tecnología.

Para el funcionamiento del hotel se contará con sistemas de vigilancia y seguridad, además computadores, los mismos que proporcionarán al personal la facilidad para desarrollar sus actividades diarias.

4.3.4. Tamaño del proyecto en función del financiamiento

Este es uno de los factores más importantes al momento de delimitar un proyecto, para la creación del hotel para gatos se utilizará el aporte de las socias y además un financiamiento por parte de la Corporación Financiera Nacional, de esta manera el valor que se requiere para cubrir la inversión inicial del proyecto es \$20.000,00

Tomando en cuenta los datos mencionados anteriormente, mismos que serán tomados en consideración para establecer la capacidad operativa del hotel, obteniendo que la capacidad ocupada del proyecto, es de promedio de 13 gatos semanales, tal como se muestra en el cronograma de servicios a continuación:

Cuadro No. 22. Cronograma de servicios

| CRONOGRAMA DE SERVICIO | | |
|------------------------|-----------|-----------|
| TOTAL SERVICIOS | HOSPEDAJE | CEPILLADO |
| ANUAL | 929 | 1080 |
| MENSUAL | 77 | 90 |
| SEMANAL | 19 | 23 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Es importante mencionar entonces que la capacidad instalada del proyecto es de 13 hospedajes diarios.

4.4. Localización del proyecto

4.4.1. Macrolocalización

El proyecto se encontrará ubicado en:

| | | | | |
|---------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| País: Ecuador | Provincia: Pichincha | Cantón: Quito | Ciudad: Quito | Sector: Norte |
|---------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|

Gráfico No. 13. Mapa de macrolocalización



Fuente: Google Maps(2014)
Año: 2014

4.4.2. Microlocalización

Conlleva decidir el lugar exacto donde va estar ubicada la empresa o negocio, mediante el análisis de factores que influyen en la ubicación óptima.

- Criterios de selección de alternativas

El norte del Distrito Metropolitano es una amplia zona, de la cual se ha identificado tres lugares que ofrecen mayores oportunidades, y son:

- ***El Inca.***- En este lugar existen varias tiendas de accesorios para mascotas.
- ***Av. 10 de Agosto y Av. Naciones Unidas.***- En este lugar se encuentran varios locales de comida para mascotas.
- ***Av. la Prensa y Pablo Picasso.***- Este lugar se caracteriza por mayor circulación de personas.

A fin de determinar la mejor opción se considerarán los siguientes factores relevantes:

- ***Transporte y vías de Acceso.***- Se estudian las diversas vías de acceso y la facilidad de localizar transporte.
- ***Servicios básicos.***-Es uno de los factores más importantes para localizar la planta y es preferible ubicarla donde exista energía eléctrica, agua potable, teléfono, internet, entre otros.
- ***Inmuebles.***- Es importante contar con locales de arriendo o de venta en la zona donde se desea iniciar las actividades, mismos que deberán ofrecer el espacio y los costos acordes al proyecto.
- ***Mano de obra disponible.***- Investigar si existe la mano de obra requerida en el sector.

- **Cercanía del mercado.-** Es indispensable estar cerca de los consumidores potenciales

- **Matriz de localización**

A partir del método cualitativo de puntos que consiste en asignar factores cuantitativos a los factores relevantes que fueron asignados anteriormente, con lo cual se elaborará una matriz que permitirá comparar cuantitativamente los diferentes sitios determinados, y que se indica a continuación:

Cuadro No. 23. Matriz de locación

| Factores | Peso asignado | El Inca | | Av. 10 de Agosto | | Av. de la Prensa | |
|-----------------------------|---------------|---------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | | Calif. | Pond. | Calif. | Pond. | Calif. | Pond. |
| Transporte y vías de acceso | 0,25 | 7 | 1,75 | 7 | 1,75 | 8 | 2,00 |
| Servicios Básicos | 0,05 | 8 | 0,40 | 8 | 0,40 | 8 | 0,40 |
| Inmuebles | 0,2 | 6 | 1,20 | 5 | 1,00 | 6 | 1,20 |
| Mano de obra disponible | 0,15 | 7 | 1,05 | 7 | 1,05 | 7 | 1,05 |
| Cercanía del mercado | 0,35 | 6 | 2,10 | 7 | 2,45 | 7 | 2,45 |
| Total | 1 | | 6,50 | | 6,65 | | 7,10 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

- **Selección de la alternativa óptima**

La mejor opción es la Av. La Prensa, por cuanto las vías de acceso y transporte se pueden realizar directamente en esta vía por medio de líneas independientes y el Metrobus. A su vez es una vía de acceso directo a los barrios del norte, como Carcelén, El Condado, entre otras.

De los servicios básicos, todas las zonas mantienen una infraestructura óptima de energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, en cuanto a las líneas telefónicas e internet, existen varios proveedores en las zonas como: CNT, Claro, Tvcable, entre otras.

En cuanto a los inmuebles, el costo de arriendo o venta de locales es accesible, y además existe oferta de los mismos.

En cuanto al personal, este podrá llegar a tiempo, puesto que tiene acceso a diferentes líneas de transporte que llegan desde diferentes puntos del norte y sur de la ciudad. El principal factor

de esta zona es la gran afluencia familiar, mismas que son los clientes potenciales del servicio que se ofrece por parte de la empresa.

- **Plano de microlocalización**

Happy Cat se encontrará en el norte de Quito, específicamente en el sector de Cotocollao, en la Av. La Prensa y Pablo Picaso, lugar donde existe un local comercial apto para el desarrollo del proyecto.

Gráfico No. 14. Mapa de micro localización



Fuente: Google Maps(2014)

Año: 2014

4.5. Distribución del local

Para la puesta en marcha del negocio se arrendará un local comercial en que se proporcionen todas las condiciones necesarias para el desarrollo de las actividades. Este tendrá las siguientes características:

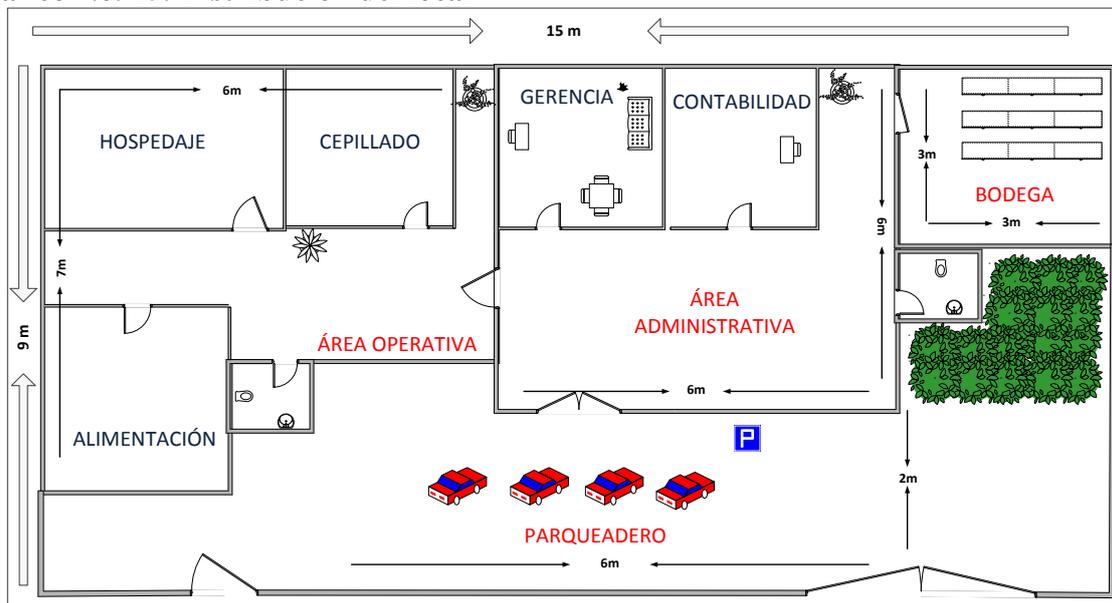
- Superficie de 135m²
- Cuenta con todos los servicios básicos

- Tiene accesos peatonales y al parqueadero
- Internamente se encuentra dividido en tres secciones

El espacio físico será dividido de la siguiente manera:

- Parqueadero: 12m²
- Área Administrativa: 36m²
- Área Operativa: 42m²
- Bodega: 9m²

Gráfico No. 15. Distribución del local



Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

4.6. Análisis de la inversión

4.6.1. Inversión fija

Para determinar la inversión fija, se analizarán los requerimientos de equipos de oficina, muebles y enseres e instalación y mejoras para el local comercial.

Cuadro No. 24. Equipos de oficina

| EQUIPOS DE OFICINA | | | |
|---------------------------|--------------------------------|---------------|-----------------|
| CANT | DETALLE | V/UNIT | V/ TOTAL |
| 1 | Juego de cámaras de vigilancia | 265,00 | 265,00 |
| 1 | Planta de Luz | 250,00 | 250,00 |
| TOTAL | | 515,00 | 515,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 25. Muebles y enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|--------------------------|---------------------|---------------|-----------------|
| CANT | DETALLE | V/UNIT | V/ TOTAL |
| 3 | Escritorios | 75,00 | 225,00 |
| 2 | Sofás de sala | 80,00 | 160,00 |
| 1 | Mesas de reunión | 125,00 | 125,00 |
| 5 | Sillas con espaldar | 35,00 | 175,00 |
| 3 | Sillas tipo gerente | 95,00 | 285,00 |
| 1 | Televisores | 250,00 | 250,00 |
| TOTAL | | 660,00 | 1.220,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 26. Instalación y mejoras

| INSTALACIÓN Y MEJORAS | |
|-------------------------------|-----------------|
| DETALLE | V/ TOTAL |
| Adaptación del área operativa | 800,00 |
| Arreglos área administrativa | 200,00 |
| TOTAL | 1.000,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 27. Equipos de computación

| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | | | |
|-------------------------------|------------------------|---------------|-----------------|
| CANT | DETALLE | V/UNIT | V/ TOTAL |
| 3 | Computadores | 750,00 | 2.250,00 |
| 1 | Impresora multifunción | 120,00 | 120,00 |
| TOTAL | | 870,00 | 2.370,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 28. Instrumentos

| INSTRUMENTOS | | | |
|---------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| CANT | DETALLE | V/UNIT | V/ TOTAL |
| 18 | Platos para mascotas | 2,50 | 45,00 |
| 18 | Jaulas para felinos | 22,00 | 396,00 |
| 18 | Mantas pequeñas | 3,00 | 54,00 |
| 18 | Arenera | 15,00 | 270,00 |
| 5 | Rascadores | 25,00 | 125,00 |
| 2 | Secadora de pelo | 32,00 | 64,00 |
| 12 | Toallas | 4,10 | 49,20 |
| TOTAL | | 103,60 | 1.003,20 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Por lo tanto se obtiene como inversión fija lo siguiente:

Cuadro No. 29. Inversión fija

| INVERSIÓN FIJA | |
|-------------------------|-----------------|
| DETALLE | V/ TOTAL |
| Equipos de oficina | 515,00 |
| Muebles y enseres | 1.220,00 |
| Instalación y mejoras | 1.000,00 |
| Equipos de computación | 2.370,00 |
| Instrumentos | 1.003,20 |
| Diseño de la página web | 872,63 |
| TOTAL | 6.980,83 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

4.6.2. Inversión diferida

La inversión en activos diferidos consta principalmente del rubro por concepto de la obtención de los permisos de funcionamiento, así, como el pago de obligaciones legales requeridas para el establecimiento del negocio.

Cuadro No. 30. Inversión activos diferidos

| INVERSIÓN ACTIVOS DIFERIDOS | | | |
|--|-------------|-----------------|-----------------|
| DETALLE | CANT | C. UNIT. | C. TOTAL |
| Constitución y legalización de la empresa | 1 | 1.100,00 | 1.100,00 |
| Patente Municipal | 1 | 37,25 | 37,25 |
| Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito Tipo B | 1 | 40,00 | 40,00 |
| Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas | 1 | 200,00 | 200,00 |
| Garantía arriendo inmueble | 1 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Estudios preliminares | 1 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| Registro de marcas y patentes | 1 | 500,00 | 500,00 |
| TOTAL | | | 4.877,25 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

4.6.3. Costos y gastos

- Costos

Para el desarrollo del presente proyecto, los costos incluyen las materias primas, insumos y servicios profesionales requeridos para cada uno de los servicios que se brindarán en el hotel para gatos.

Cuadro No. 31. Insumos servicio de hospedaje

| HOSPEDAJE | | | | | |
|---------------------|---------------|--------------|---------------|------------------|-----------------|
| INSUMOS | | | | | |
| DETALLE | UNIDAD | CANT. | C.UNIT | C.MENSUAL | C. ANUAL |
| Alimento de gatos | Kilos/mes | 5,81 | 2,00 | 11,62 | 139,44 |
| Escobas | Und. | 1 | 2,35 | 2,35 | 28,20 |
| Trapeadores | Und. | 2 | 1,99 | 3,98 | 47,76 |
| Desinfectantes | Litros | 4 | 0,81 | 3,25 | 39,00 |
| Ambientales | Und. | 2 | 2,40 | 4,80 | 57,60 |
| Mandiles | Und. | 3 | 5,00 | 15,00 | 15,00 |
| Caja de guantes | Und. | 1 | 6,90 | 6,90 | 82,80 |
| Caja de mascarillas | Und. | 1 | 3,90 | 3,90 | 46,80 |
| TOTAL | | | | 51,80 | 456,60 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 32. Insumos servicio de cepillado

| CEPILLADO | | | | | |
|--------------------------------|---------------|--------------|---------------|------------------|-----------------|
| INSUMOS | | | | | |
| DETALLE | UNIDAD | CANT. | C.UNIT | C.MENSUAL | C. ANUAL |
| Cepillos de mascotas | Und. | 12 | 6,50 | - | 78,00 |
| Tratamiento para pelaje felino | Litros | 20 | 3,83 | 6,38 | 76,60 |
| Tratamiento Antipulgas | Und. | 540 | 1,75 | 157,50 | 945,00 |
| Shampoo de gatos | Litros | 20 | 5,50 | 9,17 | 110,00 |
| TOTAL | | | | 173,05 | 1.209,60 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Se debe resaltar que los gatos en tamaño promedio, se alimentan 3 veces al día en porciones 25gramos cada una, es decir el total consumido por gato/día es 75gr. El valor de un saco de balanceado es de \$37.00 por 18Kg, por lo tanto el precio por gramo es de \$0.002

El valor mensual es el resultado de la multiplicación del costo total por el número de servicios de alimentación que se pretende brindar, información tomada del cronograma presentado en el cuadro No.22:

$$75 \text{ gramos} \times 929 \text{ servicios} = 69.675$$

$$69.675 \times 0.002 = 139,44$$

Con los datos obtenidos anteriormente se determina el costo total de ventas, mismo que hace referencia al costo unitario de cada uno de los servicios por el número de servicios que el hotel va a brindar de manera anual, obteniendo los datos que se muestran a continuación:

Cuadro No. 33. Costo de Ventas

| DETALLE | VALOR |
|----------------|------------------|
| Hospedaje | 9.145,80 |
| Cepillado | 6.609,60 |
| TOTAL | 15.755,40 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

- Gastos

Los gastos en los que incurrirá la empresa para la entrega del servicio hospedaje para gatos, se detallan a continuación:

Cuadro No. 34. Gastos Suministros

| GASTOS SUMINISTROS | | |
|----------------------------|----------------------|--------------------|
| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| Suministros de oficina | 22,00 | 264,00 |
| Suministros de computación | 18,00 | 216,00 |
| TOTAL | 40,00 | 480,00 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 35. Gastos servicios básicos

| GASTOS SERVICIOS BÁSICOS | | |
|---------------------------------|----------------------|--------------------|
| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| Servicio de luz eléctrica | 36,00 | 432,00 |
| Servicio de agua potable | 24,00 | 288,00 |
| Servicio telefónica fija | 20,00 | 240,00 |
| Servicio de internet | 21,00 | 252,00 |
| TOTAL | 101,00 | 1212,00 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 36. Gasto arriendo

| GASTO ARRIENDO | | |
|-----------------------|----------------------|--------------------|
| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| Arriendo | 550,00 | 6.600,00 |
| TOTAL | 550,00 | 6.600,00 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 37. Promoción y publicidad

| GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD | | |
|-------------------------------------|----------------------|--------------------|
| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| Campaña publicitaria radio | 1325,60 | 2.651,20 |
| Mantenimiento página web | - | 40,00 |
| Volantes | 16,67 | 200,00 |
| TOTAL | 1.342,27 | 2.891,20 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Es importante mencionar que el costo de la campaña publicitaria abarca 6 meses del servicio y se lo contratará 2 veces en el primer año de funcionamiento.

Cuadro No. 38. Gastos servicio de terceros

| GASTOS SERVICIO DE TERCEROS | | | | |
|------------------------------------|----------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| CANTIDAD MES | DETALLE | COSTO UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
| 1 | Contabilidad | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 |
| 1 | Veterinario | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 |
| 1 | Estilista | 5,00 | 450,00 | 5.400,00 |
| 1 | Limpieza | 10,00 | 100,00 | 1.200,00 |
| TOTAL | | | 400,00 | 11.400,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Es importante mencionar que el estilista cuenta con una remuneración de acuerdo al número de servicios de cepillado que se brindarán al año, es decir 1080 a 5 dólares cada uno.

Cuadro No. 39. Gastos sueldos y salarios año 1

| ROL DE PAGOS AÑO 1 | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|-----------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------|--------------|-----------------------------------|--------------------|
| CARGO | N | SUELDO | APORTE IESS 11,15% | DÉCIMO TERCER SUELDO | DÉCIMO CUARTO SUELDO | FR | VAC | COSTO MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL |
| Gerente General | 1 | 800,00 | 89,20 | 66,67 | 29,50 | 0,00 | 33,33 | 1.018,70 | 12.224,40 |
| Secretaria / Recepcionista | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 0,00 | 16,67 | 524,10 | 6.289,20 |
| Auxiliar | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 0,00 | 16,67 | 524,10 | 6.289,20 |
| Limpieza | 1 | 354,00 | 39,47 | 29,50 | 29,50 | 0,00 | 14,75 | 467,22 | 5.606,65 |
| TOTAL | 4 | 1.954,00 | 217,87 | 162,83 | 118,00 | 0,00 | 81,42 | 2.534,12 | 30.409,45 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 40. Gastos sueldos y salarios año 2

| ROL DE PAGOS AÑO 2 | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|-----------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|------------------|
| CARGO | N | SUELDO | APORTE IESS 11,15% | DÉCIMO TERCER SUELDO | DÉCIMO CUARTO SUELDO | FR | VAC | COSTO MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL |
| Gerente General | 1 | 800,00 | 89,20 | 66,67 | 29,50 | 66,67 | 33,33 | 1.085,37 | 13.024,40 |
| Secretaria / Recepcionista | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Auxiliar | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Limpieza | 1 | 354,00 | 39,47 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 14,75 | 496,72 | 5.960,65 |
| TOTAL | 4 | 1.954,00 | 217,87 | 162,83 | 118,00 | 162,83 | 81,42 | 2.696,95 | 32.363,45 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 41. Gastos sueldos y salarios año 3

| ROL DE PAGOS AÑO 3 | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|-----------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|------------------|
| CARGO | N | SUELDO | APORTE IESS 11,15% | DÉCIMO TERCER SUELDO | DÉCIMO CUARTO SUELDO | FR | VAC | COSTO MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL |
| Gerente General | 1 | 800,00 | 89,20 | 66,67 | 29,50 | 66,67 | 33,33 | 1.085,37 | 13.024,40 |
| Secretaria / Recepcionista | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Auxiliar | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Limpieza | 1 | 354,00 | 39,47 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 14,75 | 496,72 | 5.960,65 |
| TOTAL | 4 | 1.954,00 | 217,87 | 162,83 | 118,00 | 162,83 | 81,42 | 2.696,95 | 32.363,45 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 42. Gastos sueldos y salarios año 4

| ROL DE PAGOS AÑO 4 | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|-----------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|------------------|
| CARGO | N | SUELDO | APORTE IESS 11,15% | DÉCIMO TERCER SUELDO | DÉCIMO CUARTO SUELDO | FR | VAC | COSTO MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL |
| Gerente General | 1 | 800,00 | 89,20 | 66,67 | 29,50 | 66,67 | 33,33 | 1.085,37 | 13.024,40 |
| Secretaria / Recepcionista | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Auxiliar | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Limpieza | 1 | 354,00 | 39,47 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 14,75 | 496,72 | 5.960,65 |
| TOTAL | 4 | 1.954,00 | 217,87 | 162,83 | 118,00 | 162,83 | 81,42 | 2.696,95 | 32.363,45 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 43. Gastos sueldos y salarios año 5

| ROL DE PAGOS AÑO 5 | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|-----------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|------------------|
| CARGO | N | SUELDO | APORTE IESS 11,15% | DÉCIMO TERCER SUELDO | DÉCIMO CUARTO SUELDO | FR | VAC | COSTO MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL |
| Gerente General | 1 | 800,00 | 89,20 | 66,67 | 29,50 | 66,67 | 33,33 | 1.085,37 | 13.024,40 |
| Secretaria / Recepcionista | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Auxiliar | 1 | 400,00 | 44,60 | 33,33 | 29,50 | 33,33 | 16,67 | 557,43 | 6.689,20 |
| Limpieza | 1 | 354,00 | 39,47 | 29,50 | 29,50 | 29,50 | 14,75 | 496,72 | 5.960,65 |
| TOTAL | 4 | 1.954,00 | 217,87 | 162,83 | 118,00 | 162,83 | 81,42 | 2.696,95 | 32.363,45 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Cuadro No. 44. Depreciaciones

| DEPRECIACIONES | | | | |
|------------------------|-----------------|------------------|--------------------|----------------------|
| ACTIVO | VALOR | VIDA ÚTIL | VALOR ANUAL | VALOR MENSUAL |
| Equipos de oficina | 515,00 | 10 | 51,50 | 4,29 |
| Muebles y enseres | 1.220,00 | 10 | 122,00 | 10,17 |
| Instalación y mejoras | 1.000,00 | 10 | 100,00 | 8,33 |
| Equipos de computación | 2.370,00 | 3 | 790,00 | 65,83 |
| TOTALES | 5.105,00 | | 1063,50 | 88,63 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 45. Gastos diferidos

| GASTOS DIFERIDOS | | | |
|--|-----------------|------------------|--------------------|
| ACTIVO | VALOR | VIDA ÚTIL | VALOR ANUAL |
| Constitución y legalización de la empresa. | 1.100,00 | 1 | 1100,00 |
| Patente Municipal | 37,25 | 1 | 37,25 |
| Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito Tipo B | 40,00 | 1 | 40,00 |
| Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas | 200,00 | 1 | 200,00 |
| Garantía arriendo inmueble | 1.000,00 | 1 | 1000,00 |
| Estudios preliminares | 2.000,00 | 1 | 2.000,00 |
| Registro de marcas y patentes | 500,00 | 1 | 500,00 |
| TOTAL | 4.877,25 | | 4.877,25 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

4.6.4. Capital de Trabajo

El capital de trabajo incluye los costos y gastos que incurre el negocio para ofrecer el servicio de hotel para gatos. Su monto asciende a \$22.916,02, el mismo que hace referencia a 4 meses de desfase con los que se partirá en el negocio, y que prevén aspectos como captación de clientes, publicidad y formación de cartera. En el siguiente cuadro se detallan los rubros:

Cuadro No. 46. Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | |
|------------------------------|--------------------|
| DETALLE | VALOR ANUAL |
| Costo de Ventas | 15.755,40 |
| Gasto sueldos | 30.409,45 |
| Gasto suministros | 480,00 |
| Gasto servicios básicos | 1.212,00 |
| Gasto arriendo | 6.600,00 |
| Gasto promoción y publicidad | 2.891,20 |
| Gasto servicios de terceros | 11.400,00 |
| TOTAL | 68.748,05 |
| MESES | 12 |
| MESES DE DESFASE | 4 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 22.916,02 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

CAPÍTULO V

5. Estudio económico y financiero

5.1. Presupuestos

5.1.1. De inversión

La inversión es aquella que se la realiza con el fin de poner en marcha un negocio, a continuación se presenta la misma en activos fijos e intangibles, lo que permitirá determinar el capital de trabajo del proyecto.

- Activos Fijos

La inversión en activos fijos se determina a través de la inversión fija ya calculada en el capítulo anterior, con un valor de \$6.980,83.

- Activos Intangibles

El monto que cubrirán los activos intangibles será de \$4.877,25; valor que en detalle se presentó anteriormente.

- Capital de trabajo

El capital de trabajo del proyecto asciende a \$22.916,02 para 4 meses de desfase, calculado en base a los valores obtenidos de los costos y gastos determinados con anterioridad.

De manera resumida se presenta a continuación, los presupuestos de acuerdo a la inversión:

Cuadro No. 47. Presupuesto de acuerdo al criterio de inversión

| PRESUPUESTO - INVERSIÓN | |
|--------------------------------|------------------|
| Activos Fijos | 6.980,83 |
| Activos Intangibles | 4.877,25 |
| Capital de Trabajo | 22.916,02 |
| TOTAL | 34.774,10 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

5.1.2. Proyección de Ingresos

Los ingresos que se espera percibir con la instalación del negocio, son provenientes de la estimación del nivel de ventas de los servicios de hospedaje, cepillado y alimentación.

Para estimar los ingresos que percibirá el nuevo negocio de la entrega de servicios, se considera que el precio fijado para la venta será basado en un estudio sobre los precios de los competidores, con el propósito de establecer un precio promedio similar al del mercado.

Cuadro No. 48. Precio en relación a la competencia indirecta

| PRECIOS DE MERCADO - En \$ | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------------|------------------------|
| | Hospital Veterinario | Salud Animal | Medical Pet Center | PRECIO PROMEDIO |
| Hospedaje | 14,50 | 14,25 | 16,10 | 14,95 |
| Cepillado | 22,00 | 10,00 | 18,00 | 16,67 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Para determinar el nivel de ingresos durante el periodo de evaluación de la propuesta, se tomarán en cuenta los siguientes parámetros:

- Un precio fijado en relación a la competencia indirecta, veterinarias y hoteles para caninos, se ha realizado una comparación entre tres establecimientos del sector, estableciendo de esta manera el precio por servicio.
- Se prevee que el P.V.P., se mantenga estático durante los 5 años de evaluación del proyecto, estableciendo la metodología de valores constantes.

- La proyección de los ingresos se la realizó tomando en cuenta el número de días al año que la población estaría dispuesta a contratar los servicios de la empresa, de acuerdo a los porcentajes emitidos en la pregunta 6 de la encuesta.
- El número de servicios se encuentra proyectado de acuerdo al porcentaje de crecimiento del servicio de mascotas, que es de 5,77%, valor establecido por Cochambay (2012) en su estudio.

Cuadro No. 49. Ingresos por hospedaje y alimentación

| INGRESOS POR HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN | | | |
|--|------------------|------------------------|------------------|
| DÍAS AL AÑO | CANT/SERV | PRECIO DE VENTA | TOTAL |
| 8 | 265 | 119,60 | 31.694,00 |
| 4 | 310 | 59,80 | 18.538,00 |
| 3 | 161 | 44,85 | 7.220,85 |
| 2 | 90 | 29,90 | 2.691,00 |
| 1 | 103 | 14,95 | 1.539,85 |
| TOTAL | 929 | | 61.683,70 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 50. Ingresos por cepillado

| INGRESOS POR CEPILLADO | | |
|-------------------------------|------------------------|------------------|
| CANT/SERV | PRECIO DE VENTA | TOTAL |
| 1080 | 16,67 | 18.000,00 |
| TOTAL | | 18.000,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Teniendo en cuenta los factores mencionados anteriormente se obtienen las siguientes proyecciones:

Cuadro No. 51. Ingresos proyectados hospedaje

| INGRESOS PROYECTADOS HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DÍAS AL AÑO | AÑOS | | | | |
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 8 | 265 | 280 | 296 | 314 | 332 |
| 4 | 310 | 328 | 347 | 367 | 388 |
| 3 | 161 | 170 | 180 | 191 | 202 |
| 2 | 90 | 95 | 101 | 106 | 113 |
| 1 | 103 | 109 | 115 | 122 | 129 |
| TOTAL UNID. VENDIDAS | 929 | 983 | 1.039 | 1.099 | 1.163 |
| PRECIOS DE VENTAS | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 8 | 119,60 | 119,60 | 119,60 | 119,60 | 119,60 |
| 4 | 59,80 | 59,80 | 59,80 | 59,80 | 59,80 |
| 3 | 44,85 | 44,85 | 44,85 | 44,85 | 44,85 |
| 2 | 29,90 | 29,90 | 29,90 | 29,90 | 29,90 |
| 1 | 14,95 | 14,95 | 14,95 | 14,95 | 14,95 |
| INGRESOS POR VENTAS | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 8 | 31.694,00 | 33.522,74 | 35.457,01 | 37.502,88 | 39.666,79 |
| 4 | 18.538,00 | 19.607,64 | 20.739,00 | 21.935,64 | 23.201,33 |
| 3 | 7.220,85 | 7.637,49 | 8.078,18 | 8.544,29 | 9.037,29 |
| 2 | 2.691,00 | 2.846,27 | 3.010,50 | 3.184,21 | 3.367,94 |
| 1 | 1.539,85 | 1.628,70 | 1.722,68 | 1.822,07 | 1.927,21 |
| TOTAL ANUAL | 61.683,70 | 65.242,85 | 69.007,36 | 72.989,09 | 77.200,56 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 52. Ingresos proyectados de cepillado

| INGRESOS PROYECTADOS CEPILLADO | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| CANTIDAD | AÑOS | | | | |
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1080 | 1.142 | 1.208 | 1.278 | 1.352 | 1.430 |
| TOTAL UNIDADES VENDIDAS | 1.142 | 1.208 | 1.278 | 1.352 | 1.430 |
| PRECIOS DE VENTAS | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 16,67 | 16,67 | 16,67 | 16,67 | 16,67 | 16,67 |
| INGRESOS POR VENTAS | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 18.000,00 | 19.038,60 | 20.137,13 | 21.299,04 | 22.527,99 | 23.827,86 |
| TOTAL ANUAL | 19.038,60 | 20.137,13 | 21.299,04 | 22.527,99 | 23.827,86 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Una vez analizados los ingresos de acuerdo a cada uno de los servicios se puede obtener el siguiente resumen:

Cuadro No. 53. Resumen de ingresos proyectados

| RESUMEN INGRESOS PROYECTADOS | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| DETALLE | AÑOS | | | | |
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Hospedaje | 61.683,70 | 65.242,85 | 69.007,36 | 72.989,09 | 77.200,56 |
| Cepillado | 19.038,60 | 20.137,13 | 21.299,04 | 22.527,99 | 23.827,86 |
| TOTAL ANUAL | 80.722,30 | 85.379,98 | 90.306,40 | 95.517,08 | 101.028,42 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

5.1.3. Proyección de Egresos

- Costos

Para realizar la proyección de los costos se deberán tomar en consideración las siguientes premisas:

- Se estima una vida útil de la propuesta de 5 años, período sobre el cual se realizará su evaluación financiera.
- Se estipula el 38% en la participación de la demanda insatisfecha del mercado, como la demanda a satisfacer por el proyecto.
- El costo de producción se incrementa de acuerdo a la inflación anual (3,67%).
- La proyección de la demanda, se encuentra realizada de acuerdo al crecimiento del sector de servicios de mascotas (5,77%).
- El costo unitario se encuentra determinado por el costo de los insumos que cada uno de los servicios más mano de obra directa, dividido para el número de servicios que se brindará de acuerdo al cronograma de servicios presentado anteriormente.

Cuadro No. 54. Proyección de costos por servicio de hospedaje

| PROYECCION DE COSTOS SERVICIO DE HOSPEDAJE | | | |
|---|-----------------|-------------------|--------------------|
| AÑO | CANTIDAD | COSTO UNIT | COSTO TOTAL |
| 2016 | 929 | 9,84 | 9.145,80 |
| 2017 | 983 | 10,20 | 10.028,53 |
| 2018 | 1.039 | 10,58 | 10.996,46 |
| 2019 | 1.099 | 10,97 | 12.057,81 |
| 2020 | 1.163 | 11,37 | 13.221,60 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 55. Proyección de costos por servicio de cepillado

| PROYECCION DE COSTOS SERVICIO DE CEPILLADO | | | |
|---|-----------------|-------------------|--------------------|
| AÑO | CANTIDAD | COSTO UNIT | COSTO TOTAL |
| 2016 | 1.080 | 6,12 | 6.609,60 |
| 2017 | 1.142 | 6,34 | 7.247,54 |
| 2018 | 1.208 | 6,58 | 7.947,06 |
| 2019 | 1.278 | 6,82 | 8.714,09 |
| 2020 | 1.352 | 7,07 | 9.555,15 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 56. Costo de ventas proyectado

| COSTO DE VENTAS PROYECTADO | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | AÑOS | | | | |
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Hospedaje | 9.145,80 | 10.028,53 | 10.996,46 | 12.057,81 | 13.221,60 |
| Cepillado | 6.609,60 | 7.247,54 | 7.947,06 | 8.714,09 | 9.555,15 |
| TOTAL | 15.755,40 | 17.276,07 | 18.943,52 | 20.771,90 | 22.776,75 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

- Gastos

Los gastos en los que se incurrirá en la ejecución del proyecto han sido proyectados de acuerdo a la inflación anual, ya establecida anteriormente.

Cuadro No. 57. Proyección de gastos

| PROYECCIÓN DE GASTOS | | | | | |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | AÑO | | | | |
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Gastos suministros | 480,00 | 497,62 | 515,88 | 534,81 | 554,44 |
| Gastos servicios básicos | 1.212,00 | 1.256,48 | 1.302,59 | 1.350,40 | 1.399,96 |
| Gasto arriendo | 6.600,00 | 6.842,22 | 7.093,33 | 7.353,65 | 7.623,53 |
| Gasto promoción y publicidad | 2.891,20 | 2.997,31 | 3.107,31 | 3.221,35 | 3.339,57 |
| Gasto servicios de terceros | 11.400,00 | 11.818,38 | 12.252,11 | 12.701,77 | 13.167,92 |
| Gastos sueldos | 30.409,45 | 32.363,45 | 32.363,45 | 32.363,45 | 32.363,45 |
| Depreciaciones | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 |
| Gastos diferidos | 4.877,25 | - | - | - | - |
| TOTAL | 58.933,40 | 56.838,96 | 57.698,18 | 58.588,93 | 59.512,37 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

5.1.4. Estructura del financiamiento

Considerando la inversión requerida para la apertura de la Happy Cat, la misma que logrará el financiamiento con aportes propios y a través, de la contratación de un crédito en la Corporación Financiera Nacional (CFN), con una tasa de interés del 9.45% anual, los cuales serán cancelados mensualmente en un lapso de 5 años.

Cuadro No. 58. Estructura del financiamiento

| FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | | |
|------------------------------------|------------------|-------------------|
| ACTIVOS | USD | PORCENTAJE |
| Capital Propio | 14.774,10 | 42,49% |
| Préstamo | 20.000,00 | 57,51% |
| TOTAL | 34.774,10 | 100% |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

El financiamiento de la inversión se realizará con un porcentaje del 37,40% por parte de las socias y el 62,60% por la entidad financiera mencionada anteriormente. A continuación se presenta la tabla de amortización del crédito:

Cuadro No. 59. Tabla de amortización

| TABLA DE AMORTIZACIÓN | | | | |
|------------------------------|-----------|-----------------------|-------------------|----------------|
| PRÉSTAMO: | 20.000,00 | PLAZO:5 años | TASA ANUAL: 9,45% | |
| TASA MENSUAL: | 0,79% | CUOTA MENSUAL: 419,55 | | |
| PERIODOS | INTERÉS | PAGO MENSUAL | PAGO CAPITAL | SALDO INSOLUTO |
| 0 | | | | 20.000,00 |
| 1 | 157,50 | 419,55 | 262,05 | 19.737,95 |
| 2 | 155,44 | 419,55 | 264,11 | 19.473,84 |
| 3 | 153,36 | 419,55 | 266,19 | 19.207,65 |
| 4 | 151,26 | 419,55 | 268,29 | 18.939,36 |
| 5 | 149,15 | 419,55 | 270,40 | 18.668,96 |
| 6 | 147,02 | 419,55 | 272,53 | 18.396,43 |
| 7 | 144,87 | 419,55 | 274,68 | 18.121,75 |
| 8 | 142,71 | 419,55 | 276,84 | 17.844,91 |
| 9 | 140,53 | 419,55 | 279,02 | 17.565,89 |
| 10 | 138,33 | 419,55 | 281,22 | 17.284,67 |
| 11 | 136,12 | 419,55 | 283,43 | 17.001,24 |
| 12 | 133,88 | 419,55 | 285,66 | 16.715,58 |
| 13 | 131,64 | 419,55 | 287,91 | 16.427,66 |
| 14 | 129,37 | 419,55 | 290,18 | 16.137,48 |
| 15 | 127,08 | 419,55 | 292,47 | 15.845,02 |
| 16 | 124,78 | 419,55 | 294,77 | 15.550,25 |
| 17 | 122,46 | 419,55 | 297,09 | 15.253,16 |
| 18 | 120,12 | 419,55 | 299,43 | 14.953,73 |
| 19 | 117,76 | 419,55 | 301,79 | 14.651,94 |
| 20 | 115,38 | 419,55 | 304,16 | 14.347,77 |
| 21 | 112,99 | 419,55 | 306,56 | 14.041,21 |
| 22 | 110,57 | 419,55 | 308,97 | 13.732,24 |
| 23 | 108,14 | 419,55 | 311,41 | 13.420,83 |
| 24 | 105,69 | 419,55 | 313,86 | 13.106,97 |
| 25 | 103,22 | 419,55 | 316,33 | 12.790,64 |
| 26 | 100,73 | 419,55 | 318,82 | 12.471,82 |
| 27 | 98,22 | 419,55 | 321,33 | 12.150,49 |
| 28 | 95,69 | 419,55 | 323,86 | 11.826,62 |
| 29 | 93,13 | 419,55 | 326,41 | 11.500,21 |
| 30 | 90,56 | 419,55 | 328,98 | 11.171,22 |
| 31 | 87,97 | 419,55 | 331,58 | 10.839,65 |
| 32 | 85,36 | 419,55 | 334,19 | 10.505,46 |
| 33 | 82,73 | 419,55 | 336,82 | 10.168,64 |
| 34 | 80,08 | 419,55 | 339,47 | 9.829,17 |
| 35 | 77,40 | 419,55 | 342,14 | 9.487,03 |
| 36 | 74,71 | 419,55 | 344,84 | 9.142,19 |
| 37 | 71,99 | 419,55 | 347,55 | 8.794,64 |
| 38 | 69,26 | 419,55 | 350,29 | 8.444,35 |
| 39 | 66,50 | 419,55 | 353,05 | 8.091,30 |

| | | | | |
|----|-------|--------|--------|----------|
| 40 | 63,72 | 419,55 | 355,83 | 7.735,47 |
| 41 | 60,92 | 419,55 | 358,63 | 7.376,83 |
| 42 | 58,09 | 419,55 | 361,46 | 7.015,38 |
| 43 | 55,25 | 419,55 | 364,30 | 6.651,08 |
| 44 | 52,38 | 419,55 | 367,17 | 6.283,90 |
| 45 | 49,49 | 419,55 | 370,06 | 5.913,84 |
| 46 | 46,57 | 419,55 | 372,98 | 5.540,86 |
| 47 | 43,63 | 419,55 | 375,91 | 5.164,95 |
| 48 | 40,67 | 419,55 | 378,87 | 4.786,07 |
| 49 | 37,69 | 419,55 | 381,86 | 4.404,22 |
| 50 | 34,68 | 419,55 | 384,87 | 4.019,35 |
| 51 | 31,65 | 419,55 | 387,90 | 3.631,45 |
| 52 | 28,60 | 419,55 | 390,95 | 3.240,50 |
| 53 | 25,52 | 419,55 | 394,03 | 2.846,47 |
| 54 | 22,42 | 419,55 | 397,13 | 2.449,34 |
| 55 | 19,29 | 419,55 | 400,26 | 2.049,08 |
| 56 | 16,14 | 419,55 | 403,41 | 1.645,67 |
| 57 | 12,96 | 419,55 | 406,59 | 1.239,08 |
| 58 | 9,76 | 419,55 | 409,79 | 829,29 |
| 59 | 6,53 | 419,55 | 413,02 | 416,27 |
| 60 | 3,28 | 419,55 | 416,27 | 0,00 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

5.2. Estados Financieros

La realización y el análisis de dichos documentos son muy importantes para los administrativos de la empresa, puesto que la información reflejada permitirá la toma de decisiones oportunas.

5.2.1. Estado del resultado

Cuadro No. 60. Estado de resultados proyectados

"HAPPY CAT" Cía. Ltda.

ESTADO DE RESULTADOS

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

| ESTADO DEL RESULTADO | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Ventas | 80.722,30 | 85.379,98 | 90.306,40 | 95.517,08 | 101.028,42 |
| (-)Costo de ventas | 15.755,40 | 17.276,07 | 18.943,52 | 20.771,90 | 22.776,75 |
| Utilidad bruta | 64.966,90 | 68.103,90 | 71.362,88 | 74.745,18 | 78.251,66 |
| GASTOS | | | | | |
| Gasto Sueldos | 30.409,45 | 32.363,45 | 32.363,45 | 32.363,45 | 32.363,45 |
| Gasto suministros | 480,00 | 497,62 | 515,88 | 534,81 | 554,44 |
| Gasto servicios básicos | 1.212,00 | 1.256,48 | 1.302,59 | 1.350,40 | 1.399,96 |
| Gasto arriendo | 6.600,00 | 6.842,22 | 7.093,33 | 7.353,65 | 7.623,53 |
| Gasto promoción y publicidad | 2.891,20 | 2.997,31 | 3.107,31 | 3.221,35 | 3.339,57 |
| Gasto servicios de terceros | 11.400,00 | 11.818,38 | 12.252,11 | 12.701,77 | 13.167,92 |
| Depreciación | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 |
| Gastos diferidos | 4.877,25 | - | - | - | - |
| UAI | 6.033,50 | 11.264,95 | 13.664,71 | 16.156,25 | 18.739,29 |
| Intereses | 1.750,16 | 1.425,98 | 1.069,80 | 678,47 | 248,51 |
| UAPI | 4.283,34 | 9.838,97 | 12.594,90 | 15.477,78 | 18.490,78 |
| (-)Participación laboral 15% | 642,50 | 1.475,85 | 1.889,24 | 2.321,67 | 2.773,62 |
| Utilidad antes de Imp. Renta | 3.640,84 | 8.363,12 | 10.705,67 | 13.156,11 | 15.717,16 |
| (-)Impuesto a la Renta 22% | 800,98 | 1.839,89 | 2.355,25 | 2.894,35 | 3.457,78 |
| UTILIDAD NETA | 2.839,85 | 6.523,24 | 8.350,42 | 10.261,77 | 12.259,39 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

5.2.2. Estado de situación financiera

Cuadro No. 61. Estado de situación financiera

“HAPPY CAT” Cía. Ltda.

ESTADO DE RESULTADOS

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

| ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| ACTIVOS | | |
| Activos Corrientes | | 22.916,02 |
| | Efectivo y sus equivalentes | 22.916,02 |
| Activo Fijo | | 6.108,20 |
| | Equipos de oficina | 515,00 |
| | Muebles y enseres | 1.220,00 |
| | Instalación y mejoras | 1.000,00 |
| | Equipos de computación | 2.370,00 |
| | Instrumentos | 1.003,20 |
| Activos Diferidos | | 5.749,88 |
| | Gastos diferidos | 5.749,88 |
| TOTAL ACTIVOS | | <u>34.774,10</u> |
| PASIVOS | | |
| Pasivo largo plazo | | 20.000,00 |
| | Préstamo | 20.000,00 |
| TOTAL PASIVOS | | <u>20.000,00</u> |
| PATRIMONIO | | |
| | Capital social | 14.774,10 |
| | Utilidades retenidas | - |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | | <u>34.774,10</u> |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

5.2.3. Estado de flujos de efectivo del período

El flujo neto de fondos o flujo de caja contiene los ingresos o entradas en efectivo del proyecto y los egresos o salidas de capital a fin de viabilizar la apertura del hotel para gatos en el mercado quiteño, en un determinado período. A continuación se observa su detalle:

Cuadro No. 62. Estado de flujos de efectivo

“HAPPY CAT” Cía. Ltda.
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

| ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO | | | | | | |
|--|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| RUBRO | AÑOS | | | | | |
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| INGRESOS | | | | | | |
| Ingresos por ventas | | 80.722,30 | 85.379,98 | 90.306,40 | 95.517,08 | 101.028,42 |
| COSTOS | | | | | | |
| Costo de Ventas | | 15.755,40 | 17.276,07 | 18.943,52 | 20.771,90 | 22.776,75 |
| GASTOS | | | | | | |
| Gastos generales | | 52.992,65 | 55.775,46 | 56.634,68 | 57.525,43 | 58.448,87 |
| Depreciación | | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 |
| Gastos diferidos | | 4.877,25 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Total Costos y Gastos | | 74.688,80 | 74.115,03 | 76.641,69 | 79.360,83 | 82.289,13 |
| UTILIDAD OPERATIVA (UAI) | | 6.033,50 | 11.264,95 | 13.664,71 | 16.156,25 | 18.739,29 |
| Intereses | | 1.750,16 | 1.425,98 | 1.069,80 | 678,47 | 248,51 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | 4.283,34 | 9.838,97 | 12.594,90 | 15.477,78 | 18.490,78 |
| Participación trabajadores (15%) | | 642,50 | 1.475,85 | 1.889,24 | 2.321,67 | 2.773,62 |
| UTILIDAD ANTES DE IR | | 3.640,84 | 8.363,12 | 10.705,67 | 13.156,11 | 15.717,16 |
| Impuesto a la renta (22%) | | 800,98 | 1.839,89 | 2.355,25 | 2.894,35 | 3.457,78 |
| UTILIDAD NETA (Beneficio Neto) | | 2.839,85 | 6.523,24 | 8.350,42 | 10.261,77 | 12.259,39 |
| Depreciación equipo nuevo | | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 | 1.063,50 |
| Amortización | | 4.877,25 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Inversión fija | -6.980,83 | | | | -2.370,00 | |
| Inversión diferida | -4.877,25 | | | | | |
| Capital de trabajo | -22.916,02 | | | | | |
| Recup. Capital de Trabajo | | | | | | 22.916,02 |
| Valor Residual | | | | | | 2.947,50 |
| FLUJO DE CAJA LIBRE | -34.774,10 | 8.780,60 | 7.586,74 | 9.413,92 | 8.955,27 | 39.186,40 |
| Préstamo | 20.000,00 | | | | | |
| Amortización préstamo | | 3.284,42 | 3.608,60 | 3.964,78 | 4.356,12 | 4.786,07 |
| FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA | -14.774,10 | 5.496,18 | 3.978,13 | 5.449,14 | 4.599,15 | 34.400,33 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

5.2.4. Determinación de la Tasa de Descuento

El costo de oportunidad o tasa de descuento viene dado por la siguiente fórmula:

$K' = \text{costo de los recursos propios} + \text{costo de los recursos ajenos} + \text{TLR} + \text{inflación}$

$$K' = \text{Tasa Pasiva} * (\% \text{ recursos propios}) + (\text{tasa activa} * (1 - t) * (\% \text{ recursos ajenos})) + \text{TLR} + \text{inflación}$$

Cuadro No. 63. Tasa de descuento

| COSTO DE OPORTUNIDAD | |
|-----------------------------|-------------------|
| FACTOR | PORCENTAJE |
| Tasa pasiva | 5,32% |
| Tasa activa | 9,45% |
| Recursos ajenos | 57,51% |
| Recursos propios | 42,49% |
| Impuesto a la renta | 22,00% |
| Inflación | 3,67% |
| Riesgo país (TLR) | 5,69% |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

$$K'o = (5,32\% * (42,49\%)) + (9,45\% * (100\% - 22,00\%) * 57,51\%) + 5,69\% + 3,67\%$$

$$K'o = 15,86\%$$

5.2.5. Criterios de Evaluación

Para lograr el propósito se consideran los siguientes métodos de evaluación:

- Valor Actual Neto

Según los datos recolectados y analizados en el presente proyecto se obtiene:

Cuadro No. 64. VAN

| VALOR ACTUAL NETO | | | |
|--------------------------|-------------------|---------------------------|-------------------------------|
| AÑOS | FLUJO NETO | (1+ i)ⁿ | FLUJO NETO ACTUALIZADO |
| 2015 | -14.774,10 | 1 | -14.774,10 |
| 2016 | 5.496,18 | 1,1585961 | 4.743,83 |
| 2017 | 3.978,13 | 1,342345 | 2.963,57 |
| 2018 | 5.449,14 | 1,5552357 | 3.503,74 |
| 2019 | 4.599,15 | 1,8018901 | 2.552,40 |
| 2020 | 34.400,33 | 2,0876629 | 16.477,91 |
| TOTAL | | | 30.241,45 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

$$VAN = -14.774,10 + \frac{4.743,83}{(1 + 0,1586)^1} + \frac{2.963,57}{(1 + 0,1586)^2} + \frac{3.503,74}{(1 + 0,1586)^3} + \frac{2.552,40}{(1 + 0,1586)^4} + \frac{16.477,91}{(1 + 0,1586)^5}$$

$VAN = -14.774,10 + 30.241,45 = 15.467,35$ dólares.

El VAN que se percibiría con la creación de un hotel para gatos es de **USD. 15.467,35**; cifra que es el resultado de traer los flujos de efectivo a valor presente, visualizando al ser positivo, que la empresa no compromete sus recursos económicos, por lo que se puede concluir que la puesta en marcha del negocio es factible.

- Tasa Interna de Retorno

La Tasa interna de retorno (TIR) del actual proyecto es la siguiente:

Cuadro No. 65. TIR

| TASA INTERNA DE RETORNO | |
|--------------------------------|-------------------|
| AÑOS | FLUJO NETO |
| 2015 | -14.774,10 |
| 2016 | 5.496,18 |
| 2017 | 3.978,13 |
| 2018 | 5.449,14 |
| 2019 | 4.599,15 |
| 2020 | 34.400,33 |
| TIR | 42,18% |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Con el fin de poder determinar si es conveniente o no para el emprendedor invertir en la apertura de un Hotel para gatos, la TIR, debe ser comparada frente a otras opciones de inversión, que le brinden iguales o mejores réditos.

En la presente propuesta se considera una relación con el costo de oportunidad siendo este del 15,86%. Así, entonces se puede observar que la TIR supera al costo de oportunidad ($42,18\% > 15,86\%$), en tal virtud la apertura del negocio, es una opción aceptable y ejecutable, de acuerdo a los parámetros preestablecidos.

- Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la inversión es calificado como un indicador de fácil cálculo y aplicación, el mismo que permite medir la liquidez del proyecto, así como también el riesgo relativo, anticipando los sucesos en el corto plazo.

Cuadro No. 66. Período de recuperación de la inversión

| PERIODO DE RECUP. DE LA INVERSION | | | |
|--|-------------------|-------------------------------|------------------------|
| AÑOS | FLUJO NETO | FLUJO NETO ACTUALIZADO | FLUJO ACT.ACUM. |
| 2015 | -14.774,10 | -14.774,10 | -14.774,10 |
| 2016 | 5.496,18 | 4.743,83 | -10.030,27 |
| 2017 | 3.978,13 | 2.963,57 | -7.066,70 |
| 2018 | 5.449,14 | 3.503,74 | -3.562,96 |
| 2019 | 4.599,15 | 2.552,40 | -1.010,56 |
| 2020 | 34.400,33 | 16.477,91 | |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

- $PRI = (4) + \frac{1.010,56}{16.477,91}$
- $PRI = (4) + 0,061328$
- $PRI = 0,061328 \times 12 = 0,735937$
- $PRI = 0,735937 \times 30 = 22,0781$

La inversión asignada a la puesta en marcha del presente proyecto, será recuperada a partir del año 4, con 0 meses y 22 días.

- Relación Beneficio / Costo

Cuadro No. 67. Relación beneficio costo

| RELACION BENEFICIO COSTO | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| AÑO | FLUJO NETO ACTUALIZADO |
| 2015 | 4.743,83 |
| 2016 | 2.963,57 |
| 2017 | 3.503,74 |
| 2018 | 2.552,40 |
| 2019 | 16.477,91 |
| SUMA | 30.241,45 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

$$Rb/c = \frac{30.241,45}{14.774,10}$$

$$Rb/c = 2,04$$

La relación beneficio costo de la propuesta, es de 2,04, ello refleja o indica que por cada dólar de inversión en la empresa dedicada a prestar servicios de hospedaje, cepillado y alimentación para gatos, rendirá 1,04 centavos de dólar adicionales.

5.2.6. Punto de Equilibrio

Permite establecer el punto en el que los ingresos totales percibidos permiten cubrir los costos totales, es decir cuando el negocio no muestra pérdida ni ganancia. Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró los siguientes datos:

Cuadro No. 68. Datos para calcular el punto de equilibrio

| DATOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO | |
|--------------------------------------|------------|
| DETALLE | USD |
| Costos de variable | 32.256,60 |
| Costos fijos | 42.432,20 |
| Unidades | 2.009,00 |
| Costo variable unitario | 16,06 |
| P.V.P. promedio | 10,54 |
| Ventas totales | 80.722,30 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

A continuación se presentan de forma detallada los costos fijos y variables:

Cuadro No. 69. Costos fijos

| COSTOS FIJOS | VALOR |
|--|------------------|
| Gastos suministros | 480,00 |
| Gasto arriendo | 6.600,00 |
| Gasto promoción y publicidad | 2.891,20 |
| Gastos sueldos (Gerente + Secretaria + Limpieza) | 24.120,25 |
| Depreciaciones | 1.063,50 |
| Gastos diferidos | 4.877,25 |
| Gastos servicios a terceros (Contabilidad) | 2.400,00 |
| TOTAL | 42.432,20 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 70. Costos variables

| COSTOS VARIABLES | VALOR |
|--|------------------|
| Costo de ventas | 15.755,40 |
| Gastos servicios básicos | 1.212,00 |
| Gastos servicios a terceros (Veterinario + Estilista + Limpieza) | 9.000,00 |
| Gastos sueldos (Auxiliar) | 6.289,20 |
| TOTAL | 32.256,60 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Con los datos obtenidos anteriormente se procede al cálculo del punto de equilibrio partiendo de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{42.432,20}{1 - \frac{32.256,60}{80.722,30}}$$

$$PE = \frac{42.432,20}{1 - 0,40}$$

$$PE = \$70.673,18$$

Es decir, Happy Cat tiene que vender un monto de **USD.70.673,18** por la venta de servicios de hospedaje, cepillado y alimentación para gatos, para no ganar ni perder en el negocio.

5.2.7. Análisis de Sensibilidad

Dentro del presente estudio se tomó en cuenta para el incremento en la proyección de los precios, a la inflación como base de cálculo, variarían los resultados antes presentados en escenarios optimista, o pesimista de ser el caso, a continuación se lo detalla:

Cuadro No. 71. Análisis de Sensibilidad

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | | |
|----------------------------|-----------|--------|
| INCREMENTO | VAN | TIR |
| 10% al precio de venta | 25.896,89 | 83,57% |
| 10% a los costos variables | 7.902,01 | 33,68% |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Para realizar el análisis de sensibilidad se ha tomado en cuenta un incremento del 10% tanto para el valor del precio como de los costos variables, en el primer caso este aumento generaría que tanto la TIR como el VAN se disparen hacia arriba, presentando datos de 83,57% y 25.896,89 respectivamente; en cambio al mantenerse los ingresos y presentarse una variante en los costos la TIR y el VAN se mantienen entre los límites aceptables siendo 33,68% y 7.902,01.

5.3. Conclusiones del capítulo

De acuerdo a la evaluación financiera realizada, se puede concluir que la presente propuesta es viable y rentable, puesto que así lo indican los resultados de los criterios de evaluación, de la siguiente manera:

- El VAN, tiene un valor de positivo al final de la evaluación de los flujos de efectivo, el mismo es de 15.467,35dólares, lo que significa que al traer los datos a valor presente resulta rentable el proyecto.
- La TIR es de 42,18%, superando a los costos de oportunidad que es 15,86%; indicando que el negocio es rentable.
- En el análisis de la Relación Beneficio Costo, se puede determinar que por cada dólar invertido se adquirirá \$1,04 de utilidad.

CAPÍTULO VI

6. Propuesta Administrativa

6.1. La empresa

Según García y Casanueva (2009, pág. 58) "La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio".

En el presente capítulo se muestran de forma detallada, los aspectos administrativos importantes para la puesta en marcha del negocio.

6.1.1. Nombre o razón social

Según lo expresa Parada (2013):

“Se considera que el nombre de la empresa es su carta de presentación, refleja con claridad al consumidor la idea del servicio que piensa comprar, es su sello distintivo frente a su mercado, por lo mismo debe reunir algunas características específicas para que sea significativo e identifique en forma objetiva la empresa”(pág. 34).

Tomando en cuenta la conceptualización anterior se ha elaborado una matriz de lluvia de ideas, en donde se muestran alternativas de nombres para la empresa, determinando sus atributos y calificándolos, lo que permitirá escoger de mejor manera el nombre comercial ideal para el negocio de acuerdo a la aceptación del mercado.

Cuadro No. 72. Matriz de ideas para la determinación del nombre

| NOMBRE | DESCRIPTIVO | ORIGINA | ATRACTIVO | CLARO | SIGNIFICATIVO | AGRADABLE | TOTAL |
|---------------|-------------|---------|-----------|-------|---------------|-----------|-------|
| Gatitos | 1 | 2 | 5 | 7 | 3 | 3 | 21 |
| Casa del Gato | 8 | 4 | 3 | 8 | 7 | 6 | 36 |
| Happy Cat | 6 | 9 | 8 | 7 | 9 | 10 | 49 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

El nombre comercial o razón social según lo establecido en la matriz anterior es “Happy Cat”, el cual denota la actividad propia del negocio y su relación directa con los felinos. Asimismo, se enfatiza en las emociones que comparten los profesionales de la empresa con los animalitos.

El logotipo con el que la empresa se identificará en el mercado es:

Gráfico No. 16. Logotipo

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

6.1.2. Titularidad de propiedad de la empresa

Por decisión de las socias, la empresa se la registrará en la Superintendencia de Compañías como de Responsabilidad Limitada, en la que dos o más personas constituyen una compañía limitando parte de su patrimonio a una actividad específica y de esta manera se limitaría la responsabilidad civil al monto del capital aportado, convirtiéndose en persona jurídica

independiente a su persona natural, la representación legal la tendrá la Gerente, en este caso la Srta. Jennifer Saa.

6.1.3. Tipo de Empresa

De acuerdo a la clasificación según su actividad, Happy Cat Cía. Ltda., es determinada como empresa de servicios, puesto que brindará hospedaje a las mascotas felinas, en aquellos días en los que sus dueños deban ausentarse por diferentes motivos y no cuenten con una persona de confianza para cuidarlo.

6.2. Base Filosófica

6.2.1. Misión

Somos una empresa dedicada a prestar servicios de hospedaje a felinos, proporcionamos a sus dueños la posibilidad de tener cerca un lugar donde su mascota se encontrará consentido por los días en los que se ausente.

6.2.2. Visión

Hasta el año 2019 ser una empresa líder en el mercado de hospedaje de mascotas, específicamente felinas, logrando posicionarse en la industria del norte de la ciudad de Quito.

6.2.3. Principios y Valores

“Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes”. (Aguilera, 2010, pág. 254)

Los valores institucionales que identificarán a Happy Cat Cía. Ltda., son los siguientes:

- Honestidad

- Responsabilidad
- Respeto
- Buen trato
- Compromiso
- Compañerismo
- Trabajo en equipo
- Servicio

Por otro lado se pueden mencionar los principios institucionales con los que la empresa se identifica, y son:

- Excelencia en la atención al cliente
- Brindar procesos de calidad en todos sus servicios
- Desempeño de funciones impecables
- Capacitación constante

6.3. Estructura Legal

Para poder iniciar sus actividades, la representante legal de la empresa deberá obtener la siguiente documentación.

Trámites necesarios para obtener el registro de la compañía y sus requisitos

- **Aprobación del nombre de la Compañía**
 - Copia de la cédula

- **Apertura cuenta de Integración de Capital**
 - Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
 - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
 - Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
 - El valor del depósito

- **Celebrar la Escritura Pública**
 - Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
 - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
 - Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
 - Minuta para constituir la Compañía
 - Pago derechos Notaría

- **Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución**
 - Tres copias certificadas de las escrituras de constitución
 - Copia de la cédula del abogado que suscribe la solicitud
 - Solicitud de aprobación de las escrituras de constitución de la compañía

- **Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras**
 - Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

- **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.
 - Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:
 - Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
 - Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
 - Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la empresa.

- **Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil**
 - Tres copias de las escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
 - Patente municipal.
 - Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.

- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

- **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**
 - Tres copias de cada Nombramiento
 - Copia de las Escrituras de Constitución
 - Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

- **Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías**
 - Formulario RUC 01A
 - Formulario RUC 01B
 - Nombramientos del gerente inscrito en el Registro Mercantil
 - Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente
 - Tercera copia certificada de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
 - Una copia de la planilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
 - Publicación del extracto

- **Obtener el RUC**
 - Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
 - Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
 - Original y copia de los nombramientos gerente inscrito en el Registro Mercantil.
 - Original y copia de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
 - Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
 - Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.

- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
 - Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
 - Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.
- **Retirar la cuenta de Integración de Capital**
- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
 - Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
 - Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.
- **Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía**
- Solicitud de apertura de cuenta.
 - Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
 - Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia de quienes van a manejar la cuenta.
 - Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.
- **Obtener permiso para imprimir Facturas**
- Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
 - Permiso de bomberos.
 - Certificados, contratos o facturas de proveedores de la compañía.
 - Certificado de cuenta bancaria a nombre de la compañía.
 - Registro patronal en el IESS.
 - Patente Municipal.
 - Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
 - Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
 - Planilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

6.3.1. Conformación de capital

Dentro de la estructuración de Happy Cat Cía. Ltda.; se establece la conformación del capital de la siguiente manera:

Cuadro No. 73. Conformación del capital

| CONFORMACIÓN DEL CAPITAL | | | |
|---------------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| SOCIOS | CAPITAL | COSTO ACCIÓN | PORCENTAJE |
| Jennifer Saa | 7.387,05 | 1,00 | 50% |
| Sylvia Vega | 7.387,05 | 1,00 | 50% |
| | 14.774,10 | | |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

6.3.2. Marco Legal

Según el art. 92 de la Ley de Compañías la empresa será considerada como una empresa de responsabilidad limitada(2010):

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos 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 añadirá, 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”.

En este caso, Happy Cat Cía. Ltda., es una empresa que cuenta con dos únicas socias, las mismas que contribuirán con el 50% del capital, dividido en partes iguales, para la constitución de la empresa".

6.3.3. Aspectos Fiscales

Al ser conformada como una Compañía Limitada, la empresa deberá cumplir con diferentes obligaciones fiscales, entre las que se destacan:

- Cobro, declaración y pago de IVA

- Declaración y pago del Impuesto a la Renta
- Presentación de Anexos
- Pago de la Patente Municipal

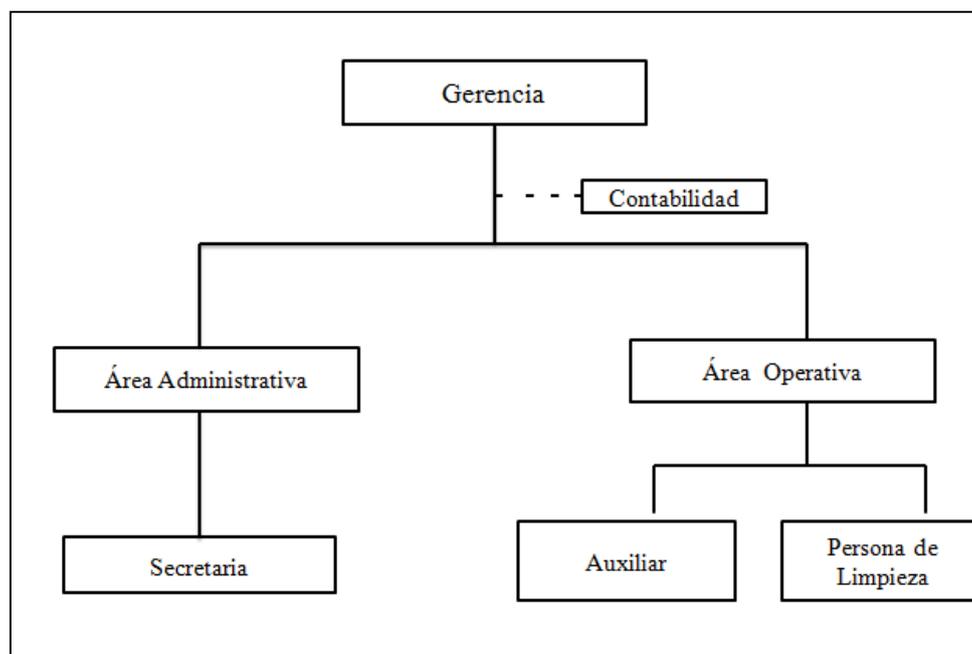
6.4. Organización y Recursos Humanos

La estructura de la empresa es el diseño organizacional así como también la forma de comportarse para alcanzar sus objetivos, de tal manera que todos los factores internos y externos se complementen de forma adecuada, la manera como se estructura una empresa está relacionada con su tamaño, control del personal.

6.4.1. Organigrama Estructural

Es muy importante dentro de toda empresa, realizar un organigrama estructural, puesto que esto permitirá a los empleados conocer los niveles en los que se encuentran, además de quien es su jefe directo y superior.

Gráfico No. 17. Organigrama estructural



Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

6.4.2. Descripción de funciones

Cuadro No. 74. Detalle del puesto de trabajo – Gerente

| | | |
|--|--|------------------------|
| Denominación: | Gerente | |
| Misión: | Ser capaz de tomar decisiones acertadas que aporten al crecimiento del negocio en el mercado | |
| Perfil: | Ser una persona emprendedora, y capaz de trabajar bajo presión | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Título de tercer nivel en Ingeniería Comercial y experiencia mínima de dos años en cargos similares | Deberá representar a la empresa ante los actos y contratos como persona jurídica y único autorizado | |
| | Desarrollar los objetivos y metas a los que la empresa deberá direccionarse a corto y largo plazo | |
| | Supervisar las actividades designadas a los diferentes empleados, determinar que sean cumplidas y que vayan de acuerdo a la consecución de objetivos de la empresa | |
| | Tomar decisiones referentes a inversiones, desembolsos, entre otros, además de temas de promoción y propaganda | |
| Relación Funcional: | Elaborar manuales y reglamentos internos, para cada uno de los departamentos | |
| Se reportará a las socias de la empresa y recibirá las novedades de todas las dependencias de la empresa | Calificar las carpetas del nuevo personal en caso de ser necesario | |
| | Aprobar los inventarios existentes | |
| | Firmar los balances como representante legal | |
| | | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |
| Las socias | Las socias | Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 75. Detalle del puesto de trabajo – Secretaria

| | | |
|---|--|------------------------|
| Denominación: | Secretaria | |
| Misión: | Mantener la información relevante para la gerencia al día | |
| Perfil: | Ser una persona emprendedora, y capaz de trabajar bajo presión | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Título de tercer nivel en secretariado ejecutivo o similares y experiencia mínima de un año en cargos similares | Receptar documentación dirigida a la empresa | |
| | Contestar los teléfonos | |
| | Manejar la agenda de clientes, y citas de la gerencia | |
| | Realizar los roles de pagos y liquidaciones de compras | |
| Relación Funcional: | Realizar cheques para los diferentes pagos | |
| Sus reportes los emitirá a la gerencia, no cuenta con subordinados que le emitan reportes | Realizar y entregar facturas a los clientes | |
| | Mantener al día el archivo | |
| | Entregar la documentación necesaria a contador | |
| | Elaborar inventarios | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |
| Las socias | Las socias | Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 76. Detalle del puesto de trabajo – Veterinario

| | | |
|---|---|------------------------|
| Denominación: | Veterinario | |
| Misión: | Vigilar la salud de las mascotas que se encuentren hospedadas en la empresa | |
| Perfil: | Ser una persona emprendedora, y capaz de trabajar bajo presión | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Título de tercer nivel en Veterinaria, y experiencia mínima de dos años | Asistir en un horario de 9am a 10am | |
| | Determinar mediante un informe diario el número de mascotas revisadas y su situación de salud | |
| | Atender llamadas de emergencia en cualquier horario | |
| Relación Funcional: | | |
| Sus reportes los emitirá a la gerencia, no cuenta con subordinados que le emitan reportes | | |
| Elaborado por: | Revisado por: | Autorizado por: |
| Las socias | Las socias | Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 77. Detalle del puesto de trabajo – Auxiliar

| | | |
|--|--|--------------------------------------|
| Denominación: | Auxiliar | |
| Misión: | Proporcionar el soporte necesario en el departamento operativo de la empresa | |
| Perfil: | Ser una persona emprendedora, y capaz de trabajar bajo presión | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Título de segundo nivel o bachillerato, con experiencia en el manejo y cuidado de animales | Prestar asistencia necesaria para el cuidado de las mascotas hospedadas Encargado de alimentar a las mascotas 3 veces al día Encargado de asistir al estilista en los servicios de baño y cepillado según requerimientos | |
| Sus reportes los emitirá a la gerencia, no cuenta con subordinados que le emitan reportes | | |
| Elaborado por: Las socias | Revisado por: Las socias | Autorizado por: Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 78. Detalle del puesto de trabajo – Encargado de limpieza

| | | |
|---|--|--------------------------------------|
| Denominación: | Encargado de limpieza | |
| Misión: | Realizar la limpieza de todas las áreas de la empresa | |
| Perfil: | Ser una persona capaz de trabajar bajo presión | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Título de segundo nivel o bachillerato, con experiencia en cargos similares | Mantener el área operativa, en óptimas condiciones de limpieza Mantener el ingreso de la empresa limpio para que los clientes se sientan a gusto al llegar Realizar la limpieza diaria de las oficinas Vaciar los basureros de toda la empresa y organizar desechos La limpieza incluye: barrer, trapear y perfumar la empresa | |
| Sus reportes los emitirá a la gerencia, no cuenta con subordinados que le emitan reportes | | |
| Elaborado por: Las socias | Revisado por: Las socias | Autorizado por: Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 79. Detalle del puesto de trabajo – Contador

| | | |
|---|--|--------------------------------------|
| Denominación: | Contador | |
| Misión: | Mantener las finanzas de la empresa, con la finalidad de que los estados financieros sean las herramientas más importantes en la toma de decisiones de la gerencia | |
| Perfil: | Ser una persona emprendedora, capaz de trabajar bajo presión y tomar decisiones | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Certificación de CPA, para firmas autorizadas en balances y formularios, experiencia mínima de un año | Elaborar formularios de impuestos y solicitar el pago Mantener al día la contabilidad de la empresa Realizar balances para conocer el estado económico de la empresa y para presentarlos en la Superintendencia de compañías Entregar la documentación solicitada por la gerencia | |
| Relación Funcional: | Cumplir con los plazos establecidos para la presentación de la documentación tanto para el SRI, como la Superintendencia de Compañías | |
| Sus reportes los emitirá a la gerencia, no cuenta con subordinados que le emitan reportes | | |
| Elaborado por: Las socias | Revisado por: Las socias | Autorizado por: Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Cuadro No. 80. Detalle del puesto de trabajo – Estilista

| | | |
|---|--|--------------------------------------|
| Denominación: | Estilista | |
| Misión: | Proporcionar servicio de baño - cepillado de mascotas | |
| Perfil: | Ser una persona emprendedora, y capaz de trabajar bajo presión | |
| Competencia: | Funciones: | |
| Título de segundo nivel o bachillerato, con experiencia en el manejo y cuidado de animales, experiencia mínima de tres años | Encargado de realizar baño, cepillado, corte de uñas y desmotado de mascotas Mantener limpio, aseado y desinfectado el espacio de trabajo Observar todas las normas de seguridad para evitar un daño a la mascota atendida | |
| Relación Funcional: | | |
| Sus reportes los emitirá a la gerencia, no cuenta con subordinados que le emitan reportes | | |
| Elaborado por: Las socias | Revisado por: Las socias | Autorizado por: Las socias |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

6.4.3. Aspectos Laborales

- Reglamento Interno

El reglamento interno constituye un documento de suma importancia dentro de cualquier institución, puesto que en él se encontrarán lineamientos sobre temas de:

- Contratación del personal
- Formas de remuneración
- Horarios de atención
- Jornada del personal
- Obligaciones y prohibiciones del personal
- Como el gerente general deberá responder a las necesidades del personal
- Entre otras

El objetivo principal de la realización de este instrumento corporativo es delinear los límites que deberá mantener el personal en cada una de sus actividades diarias, así como los directivos deberán responder a las solicitudes de su equipo de trabajo.

- Contratos laborales

Tomando en cuenta la actividad que se realiza en la empresa, se tomarán en cuenta las siguientes formas de contratación:

Contrato a prueba: Todo personal que ingrese a la empresa, y que vaya a ser vinculado a rol de pagos, deberá mantener un contrato de prueba de tres meses, cabe resaltar que esto no influye con la afiliación al seguro social ya que esta se la realizará desde el primer día en que forme parte de la institución.

Contrato fijo: Esta modalidad tendrá la vigencia de un año, y se dará una vez que haya aprobado el período de prueba.

Contrato indefinido: Una vez que el personal haya superado el contrato fijo, su renovación se lo hará por tiempo indefinido, en él se notificarán las causas de despido o de renuncias posibles, mismas que delimitarán las posibilidades de ruptura del contrato.

Contrato por servicios profesionales: Se realizará la contratación de personal que cubra las vacantes para contador, veterinario y estilista.

Esta modalidad se la realizará, a profesionales mismos que prestarán sus servicios de manera autónoma e independiente, por un período de un año, es importante determinar que este personal no se encontrará en rol de pagos, por lo tanto no tendrán derecho al seguro social, y su salario se lo cancelará mediante la entrega de una factura personal.

- Seguridad Social

Todo el personal que se encuentre bajo la contratación a prueba, fija o indefinida; tendrá derecho a la afiliación al Seguro Social (IESS), para lo cual se deberá tomar en cuenta los siguientes detalles:

- La afiliación se la realizará en base al sueldo fijado, y desde el primer día en el que empiece a laborar en la empresa.
- El aporte que deberá cumplir el empleado será en base a la ley, es decir el 9.45%

6.4.4. Seguridad y salud industrial

De acuerdo al Código Laboral las empresas deben cuidar a sus empleados, y proporcionar las seguridades e instrumentos necesarios para realizar las actividades asignadas, es por eso que se proporciona al personal operativo las herramientas de seguridad necesarias como mandiles, mascarillas y guantes.

6.5. Plan Estratégico y de Marketing

6.5.1. Estrategia General de Marketing

La estrategia general de marketing considerada para la presente investigación será segmentada o diferenciada, como menciona Carrión (2009, pág. 202) “esta estrategia consiste en ofrecer un producto o servicio diferente a los existentes en el mercado, con una característica que le genere valor, para que el producto pueda ser considerado como único en el mercado, por el cual el cliente está dispuesto a pagar un precio acorde a la característica que posee”.

La diferenciación del mercado consistirá en ofrecer el servicio de hospedaje, alimentación y cepillado a las mascotas felinas, tomando en cuenta que los ofertarán a los clientes de la ciudad de Quito.

Las herramientas de comunicación también son una estrategia que será considerada en este proyecto, puesto que es muy importante que la empresa se haga conocer entre los clientes potenciales.

- Fijación de Precios

De acuerdo a los datos anteriormente analizados, se ha determinado que la estrategia de precios a ser tomada será la de status quo, es decir se aplicará lo que dice Baena (2010) “la empresa

estudia los precios de sus competidores y decide poner a sus productos precios similares al mercado” (pág. 82)

Para el presente proyecto se tomarán como referencia los precios manejados por nuestra competencia indirecta, es decir se realizó un promedio entre tres empresas de servicios de hospedaje y cuidados de caninos, determinando los precios por servicio de la siguiente manera:

Cuadro No. 81. Precios por servicio

| PRECIOS | |
|-----------|------------|
| SERVICIO | VALOR/UNIT |
| Hospedaje | 14,95 |
| Cepillado | 16,67 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

Los elementos que pueden influir en la determinación del precio son:

- La variación de los costos de la materia prima e insumos, lo cual afecta el nivel de ingresos; por lo que se realizarán negociaciones con los proveedores para que mediante la firma de acuerdos se pueda mantener el nivel de precios en un determinado tiempo. De igual forma se realizarán controles eventuales para establecer si existe un buen manejo e inversión de los recursos financieros.
- Establecimiento del Mercado Objetivo

El mercado objetivo al cual se encuentra dirigida la actividad de la empresa, son aquellas familias del norte de la ciudad de Quito, que teniendo como mascota un gato, está dispuesto a adquirir el servicio de hospedaje y cepillado en un tiempo determinado.

- Valores Agregados del Servicio

El nuevo negocio en su fase de introducción al mercado, ofrecerá el hospedaje al 100% de sus clientes, adicionalmente a éste se brindará el servicio de cepillado, tomando en cuenta la investigación de campo en la que se pudo determinar que este es el que los consumidores lo requieren con mayor frecuencia.

Para llevar adelante los procesos de la prestación de servicios, se arrendará un local donde funcionarán las instalaciones del negocio. Este será adecuado a las distintas unidades o departamentos que la conformarán.

El proceso de prestación del servicio básicamente comprende tres procesos principales:

- Entrada: que comprende los recursos que se necesitan para prestar los servicios. Lo fundamental es contar con el talento humano profesional, capacitado y presto para llevar adelante las tareas asignadas. Asimismo, la entidad se encargará de contar con todos los insumos necesarios para poder atender de la mejor manera a las mascotas felinas de los clientes.
- Proceso: incluyen las tareas propias de cada uno de los servicios. Es parte de la recolección de la información de los clientes y sus requerimientos.
- Salida: Una vez que el cliente retire a su mascota de las instalaciones de la empresa, en ese momento realizará la cancelación de los haberes por la prestación de los servicios y brindará su opinión al respecto.
- Estrategias de Promoción y Publicidad

Según Hoffman (2009, pág. 18), se define como promoción al “elemento de la mezcla de mercadotecnia de una organización que sirve para informar, persuadir o recordar a los clientes aspectos del servicio que se ofrece y para posicionarlo en el mercado”.

Respecto a los resultados obtenidos en la investigación de mercados, se ha podido definir que los consumidores se interesan más por obtener información del internet, por lo que se realizará la creación de una página web, además de optar por la ayuda de las redes sociales.

Adicionalmente, se creará una campaña publicitaria la misma que será transmitida por los radios de la localidad, y se diseñarán volantes publicitarios tomando en cuenta que esto llama la atención de las personas convirtiéndolas en potenciales clientes.

6.5.2. Políticas de Ventas

La empresa enfocará su meta de ventas a obtener los ingresos que le permitan sustentar los costos y gastos generados por el negocio, de la misma manera se espera alcanzar una rentabilidad que le permitirá mantenerse en el mercado, de acuerdo a lo ya evaluado en la parte financiera.

Por otro lado, se debe señalar que el negocio establecerá un canal de distribución directo, es decir, la empresa se encargará de mantener una relación con los consumidores del servicio.

A continuación se presenta el canal de distribución en forma gráfica:

Gráfico No. 18. Canal de Distribución



Elaborado por: Las investigadoras

Fuente: Rodríguez(2006, pág. 332)

Año: 2014

6.5.3. Políticas de Servicio

La política de servicio, se enfocará en brindar una atención personalizada, la misma que permitirá conocer de cerca las necesidades de los clientes, teniendo en consideración que se debe brindar una buena imagen de la empresa.

6.5.4. Propuesta u Oferta de Valor.

En el caso del presente proyecto, la oferta del valor que se otorgará a cada uno de los servicios se encuentra determinada de la siguiente manera:

- El estilista, encargado de realizar el servicio del cepillado, brindará la asesoría necesaria al cliente para que se sienta a gusto con el resultado que se obtenga en la mascota.
- El veterinario, en caso de encontrar algún inconveniente en los felinos que se encuentren hospedados en el local comercial, actuará de manera efectiva, de esta manera los clientes podrán estar confiados en que si su mascota necesita algún tipo de atención la recibirá de manera inmediata.
- Es importante determinar que para la empresa la satisfacción del cliente es lo primordial.

CAPÍTULO VII

7. Impactos

A continuación se presentan de forma clara, los impactos en los que puede incurrir la puesta en marcha del negocio, para tal efecto se realizará una matriz la cual permitirá mediante la cuantificación de los resultados, determinar el alcance del mismo.

Es indispensable definir el rango en los que se pueden calificar, los mismos que se los realizará de acuerdo a la siguiente escala:

Cuadro No. 82. Niveles de impacto

| NIVELES DE IMPACTO | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| VALORACIÓN CUALITATIVA | VALORACIÓN CUANTITATIVA |
| Impacto alto negativo | -3 |
| Impacto medio negativo | -2 |
| Impacto bajo negativo | -1 |
| No hay impacto | 0 |
| Impacto bajo positivo | 1 |
| Impacto medio positivo | 2 |
| Impacto alto positivo | 3 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

También se deben determinar las matrices con sus respectivos rangos en cada uno de los impactos asignándoles una valoración de acuerdo a los indicadores utilizados lo cual nos permite obtener una información más precisa.

12.1. Impacto Económico

Cuadro No. 83. Valoración del impacto económico

| IMPACTO ECONÓMICO | | | | | | | |
|--------------------------|----|----|----|---|---|---|----------|
| NIVEL DE IMPACTO | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| INDICADOR | | | | | | | |
| Desarrollo competitivo | | | | | | | X |
| Mayor utilidad | | | | | | | X |
| TOTAL | | | | | | | 6 |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{6}{2} = 3$$

El impacto económico se muestra desde el punto de vista de la rentabilidad, puesto que es un negocio que aún no se encuentra explotado en el mercado del sector norte de la ciudad de Quito, lo que genera un desarrollo competitivo, por otro lado, y tomando en cuenta que no existe una competencia indirecta, lo que permite que el nivel de ingresos se maximice, a través de una utilidad mayor.

12.2. Impacto Social

Cuadro No. 84. Valoración impacto social

| IMPACTO SOCIAL | | | | | | | | |
|----------------------|--|----|----|----|---|---|----------|----------|
| NIVEL DE IMPACTO | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| INDICADOR | | | | | | | | |
| Impacto externo | | | | | | | X | |
| Generación de empleo | | | | | | | | X |
| TOTAL | | | | | | | 2 | 3 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{5}{2} = 2,5$$

Con la implementación de este proyecto, el impacto social que se genera tiene niveles muy importantes, ya que favorecerá a las personas involucradas directamente en el mismo, ya que existirá oferta de empleo, estabilidad económica y finalmente la utilización planificada de ingresos económicos en las familias.

12.3. Impacto Empresarial

Cuadro No. 85. Valoración del impacto empresarial

| IMPACTO EMPRESARIAL | | | | | | | | |
|------------------------|--|----|----|----|---|---|---|----------|
| NIVEL DE IMPACTO | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| INDICADOR | | | | | | | | |
| Cultura organizacional | | | | | | | | X |
| Cumplimiento de leyes | | | | | | | | X |
| TOTAL | | | | | | | | 6 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{6}{2} = 3$$

La cultura organizacional es un valor muy importante dentro de cualquier negocio, ya que esto proporciona que la misma se pueda mantener al día en cuanto a sus funciones, en este aspecto la empresa cuenta con un listado detallado de las actividades en cada uno de los cargos, un reglamento interno, por otro lado para la puesta en marcha se contará con todos los permisos otorgados por las diferentes instituciones regulatorias como el SRI, la Superintendencia de Compañías, entre otras.

12.4. Impacto ambiental

Cuadro No. 86. Valoración del impacto ambiental

| IMPACTO AMBIENTAL | | | | | | | | |
|-------------------|--|----|----|----|----------|----------|---|---|
| NIVEL DE IMPACTO | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| INDICADOR | | | | | | | | |
| Contaminación | | | | | X | | | |
| Reciclaje | | | | | | | X | |
| TOTAL | | | | | 0 | 2 | | |

Elaborado por: Las investigadoras
Año: 2014

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{2}{2} = 1$$

La puesta en marcha del proyecto no genera un impacto ambiental negativo, por cuanto no existe contaminación alguna, y el reciclaje de los desperdicios que generen las mascotas se lo hará de acuerdo a los establecidos por las autoridades competentes, convirtiéndose así en un impacto positivo para el medio ambiente.

12.5. Resumen de impactos

De acuerdo a lo presentado anteriormente se obtiene de manera general:

Cuadro No. 87. Resumen general de impactos

| GENERAL | | | | | | | |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| NIVEL DE IMPACTO | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| IMPACTO | | | | | | | |
| Impacto económico | | | | | | | X |
| Impacto social | | | | | | X | |
| Impacto empresarial | | | | | | | X |
| Impacto ambiental | | | | | X | | |
| TOTAL | | | | | 1 | 2 | 6 |

Elaborado por: Las investigadoras

Año: 2014

Tal como se puede constatar en la tabla anterior, todos los impactos aportan positivamente al desarrollo del negocio.

CONCLUSIONES

- Mediante el diagnóstico situacional realizado se pueden determinar los factores externos e internos que afectarían al negocio, una vez que la puesta en marcha del mismo sea realizada, como resultado se estableció que los mismos favorecen al desarrollo del proyecto, mismo que constituye una gran oportunidad de negocio en vista de que las mascotas hoy en día, son un miembro más de la familia.
- La revisión bibliográfica realizada en el marco teórico, permitió conocer las conceptualizaciones básicas para la ejecución de la propuesta, de esta manera adquirir los conocimientos a ser aplicados en el desarrollo de la misma.
- Se pudo determinar a través de una investigación de campo, que no existe competencia alguna, debido a que es un negocio innovador en el campo del cuidado de mascotas en el norte de la ciudad de Quito, en consecuencia la demanda insatisfecha existente, permite a la nueva empresa entrar en el mercado.
- La localización del proyecto es óptima, lo que permitirá que los clientes potenciales puedan acceder al servicio fácilmente, ya que se cuenta con vías de acceso y afluencia de transporte público por el sector.
- Una vez que se detallaron los datos en cuanto a la inversión en activos fijos, diferidos, costos y gastos se pudo determinar que el capital de trabajo asciende a \$22.916,02; tomando en cuenta 4 meses de desfase. El Valor Actual Neto es positivo y es de \$15.467,35, la Tasa Interna de Retorno es de 42,18% siendo mayor que el costo de oportunidad (15,86%), quiere decir que el proyecto es rentable.
- Los aspectos administrativos determinan que la empresa pretende desarrollar una cultura organizacional intensa, en la que se identifiquen con claridad cada una de las funciones del personal, además de fijar un plan estratégico de marketing sólido, lo que permitirá llegar de mejor manera al mercado objetivo.
- El presente estudio tendrá varios impactos. Entre los más importantes se pueden mencionar, económico ya que los ingresos que la empresa obtenga serán un reflejo de

la captación adecuada de clientes; social ya que será una empresa generadora de plazas de trabajo para el sector en la que se ejecutará.

- Se pudo constatar que los objetivos establecidos al inicio de la investigación se han cumplido a cabalidad, es decir el desarrollo del proyecto se encuentra enfocado a cada uno de ellos.

- El proyecto se encuentra elaborado a modo de propuesta, es decir queda a criterio de las investigadoras su aplicación o no.

RECOMENDACIONES

- La Universidad puede utilizar el presente documento como un referente bibliográfico para estudios similares, puesto que contiene datos relevantes sobre la industria en estudio.
- Introducir una cultura de cuidado de nuestras mascotas, ya que de una u otra manera forman parte de la familia porque de acuerdo a las leyes que rigen la sociedad somos responsables de su bienestar
- Mantener relación directa con el mercado objetivo, para conocer sus necesidades y encaminar sus esfuerzos a lo que este requiere.
- Buscar y crear alianzas estratégicas con negocios relacionados con los servicios para mascotas, con el propósito de lograr una mayor difusión de los servicios ofertados
- Monitorear los factores externos que afectan de manera directa o indirecta al normal desarrollo de la empresa, esto permitirá a la gerencia anticiparse a los sucesos permitiendo la toma de decisiones oportuna.
- Crear la empresa, puesto que el estudio de factibilidad determina que es viable y rentable para las socias.
- Verificar que los medios utilizados para realizar la promoción y propaganda son los adecuados para la empresa, caso contrario se deberá replantear con la gerencia su aplicación.
- En vista de que los impactos generados son satisfactorios, la puesta en marcha del negocio se la puede realizar de forma inmediata.
- Es recomendable actualizar los datos establecidos en el proyecto, en el momento previo a su aplicación, con el fin de que los resultados sean más confiables.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, R. (2010). *La evaluación de proyectos de inversión*. México: Editorial Limusa.
- Albornoz, V. (14 de agosto de 2011). Quito, con 190 mil canes callejeros. *Diario Hoy*.
- Animal Wellness center. (12 de enero de 2014). *Noticias y actualizaciones*. Bolivia: Animalwellnesscenters.
- Baca Urbina, G. (2010). *Preparación y evaluación de proyectos*. Barcelona: McGraw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Barcelona: McGraw Hill.
- Baena, V. (2010). *Instrumentos de Marketing*. Barcelona, España: UOC.
- Banco Central del Ecuador. (2008). *Cambio: instructivo de tasas de interés*. Quito: BCE.
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Estadísticas macroeconómicas*. Quito: BCE. Recuperado el 2 de Noviembre de 2013, de bce.
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Inflación*. Quito: Registro oficial.
- Brito, V. (2012). *La empresa y su importancia*. Quito. Obtenido de Aula Fácil.
- Carrión, J. (2009). *Estrategia: de la visión a la acción*. Madrid, España: ESIC.
- Cervera Ruiz, P. (2006). *La medida de la rentabilidad ajustada al riesgo*. Madrid - España.
- Cochambay, V. (enero de 2012). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE LIMPIEZA, BELLEZA Y RELAJACIÓN PARA MASCOTAS EN EL VALLE DE LOS CHILLOS. *Tesis*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Córdoba, M. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: ECOE ediciones.
- Corporación Financiera Nacional. (2015). *Tasas de interes*. Quito: CFN.
- Diario El Comercio. (8 de mayo de 2014). Las crías de mascotas nacen en quirófanos. *Tendencias El Comercio*, pág. 14.
- Diario El Mercurio. (02 de septiembre de 2011). En Ecuador somos 14.483.499. *Diario El Mercurio*.
- Diario El Tiempo. (29 de abril de 2014). Crecimiento Económico. *Editorial Diario El Tiempo*.
- Diario La Hora. (10 de agosto de 2011). Quito: nueva capital económica. *La Hora Nacional*.
- Diario La Hora. (23 de agosto de 2012). Quito, ciudad que acoge y crece. *Diario La Hora*.
- Diario PP El Verdadero. (21 de enero de 2012). Ecuador registró más turismo interno en 2011. *Diario PP El Verdadero*.
- El Telégrafo. (27 de abril de 2014). Diario El Telégrafo. *Jorge Glas resaltó el apoyo del Gobierno*.

- Fontes, P. (2010). *La Sociedad y las Mascotas*. Madrid: National Geographic.
- García, J., & Casanueva, C. (2009). *Prácticas de la gestión empresarial*. México: McGraw-Hil.
- Hoffman, D. (2009). *Principios de marketing, 3era. edición*. México: Thomson.
- Horngren, C. (2012). *Introducción a la contabilidad financiera*. México: Pearson educación.
- INEC. (2010). *Censo*. Quito: Registro Oficial.
- INEC. (2010). *Censo de población y vivienda*. Quito: INEC.
- InvestEcuador. (2013). *Guía legal para inversores*. Quito: Investecuator.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Fundamentos de Marketing*. México: Perarson Educacion.
- Lord Guau. (2014). *Lord Guau*. Obtenido de Servicios: <http://www.lordguau.com/servicios>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Marshall, F. (2013). *Earliest evidence for commensal processes of cat domestication*. Washington DC: PNAS Early Edition.
- Martínez Roldan, A. (2009). *Temas de Estadística Práctica, recogida, tabulación y organización de datos*. Mexico: McGraw Hill.
- Martínez, D., & Milla, A. (2005). *La elaboración de un plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. España: Díaz de Santos.
- Mejía, J. (2011). *Diagramación de procesos*. México: Pearson.
- Ministerio de Turismo. (23 de octubre de 2012). *El turismo interno en el Ecuador aporta 1.100 millones de dólares a la economía*. Quito: Ministerio de Turismo.
- National Geographic. (2012). *El gato en la edad media*. España: Bridgeman.
- Normas ISO 9000-2000. (2000). *SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD – FUNDAMENTOS Y VOCABULARIO*.
- Pagot, M. (2010). *Metodologías inductivas y deductivas en técnicas de investigación*. Madrid: Editorial Prana.
- Parada, P. (16 de noviembre de 2013). *Las cinco fuerzas de Porter*. Madrid.
- Pro Ecuador. (2013). *Guía comercial de la República de Ecuador*. Quito: Pro Ecuador.
- Real, R. (2011). *La ciudad y la biodiversidad urbana*. México: Ediciones Ambientales de México.
- Revilla, R. (2012). *Manual de factibilidad de proyectos*. Colombia.
- Rodríguez, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona, España: UOC.
- Ruiz, R. (2009). *El método científico y sus etapas*. México: Editorial CECSA.
- Salas, M. (2012). *Material Didáctico Módulo de Evaluación de Proyectos*.
- Sapag, N. (2009). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico: McGraw Hill.

- Sapag, N. (2009). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.
- Sotero, A. (2010). *Introducción a la Contabilidad PGC*. Madrid - España: Mudima.
- Suarez, C. (2012). Cuidar y mantener gatos y gatitos. *Animales*, 15. Obtenido de como cuidar y mantener gatos y gatitos bebés.
- Superintendencia de Compañías. (2010). *Ley de Compañías - Reformada*. Quito: Registro oficial 312 de 05-nov-1999.
- Tanaka Nakasone, G. (2001). *Análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones*. Lima - Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Urbina, B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Van, J., & Wachowicz, J. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- Vásconez, A. (2012). *Regímenes de bienestar y debate sobre política social en Ecuador*. Quito: Flacso Andes.
- Zapata, P. (2012). *Contabilidad General*. Colombia: Mc. Graw Hill.

LINKOGRAFÍA

- Animales silvestres. (11 de noviembre de 2012). Obtenido de <http://animalesilvestres1.blogspot.com/>
- Comité para la Anulación de la Deuda del Tercer Mundo, C. (6 de Mayo de 2009). *La auditoría de la deuda externa del Ecuador*. Obtenido de CADTM: <http://cadtm.org/La-auditoria-de-la-deuda-externa#nb1>
- Comportamiento Animal. (2009). *Comportamiento Animal*. Obtenido de Europeo: <http://www.comportamientoanimal.com/razas-de-gatos/Europeo.html>
- Cordón, I. (marzo de 2014). *National Geographic*. Obtenido de Los animales de compañía en el antiguo Egipto: http://www.nationalgeographic.com.es/articulo/historia/secciones/7319/los_animales_compania_antiguo_egipto.html
- Google Maps. (19 de mayo de 2014). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Quito/@-0.1865944,-78.4305382,11z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x91d59a4002427c9f:0x44b991e158ef5572>
- INEC. (21 de marzo de 2014). *El 35% de la población de Quito nació fuera del cantón*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=453%3Ael35dela-poblaciondequitonaciofueraadelcanton-&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es
- López, E. (22 de enero de 2014). *Animales*. Obtenido de <http://animales.uncomo.com/articulo/cuanto-debe-comer-mi-gato-24516.html>
- Lorenzo, M. (18 de diciembre de 2013). *Tendencia Científica*. Obtenido de http://www.tendencias21.net/La-domesticacion-del-gato-se-remonta-a-la-China-de-hace-5-300-anos_a28689.html
- Piperino, D. (13 de noviembre de 2013). *PNAS*. Obtenido de <http://www.pnas.org/content/early/2013/12/12/1311439110>
- Quito. (17 de enero de 2014). *Quito*. Recuperado el 08 de mayo de 2014, de <http://www.quito.com.ec/la-ciudad>
- Santillan, M. (19 de 05 de 2009). *Blogdiario.com*. Obtenido de <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

- Schweiz, M. (10 de junio de 2013). *Enciclopedia de animales*. Obtenido de <http://perros-gatos-manual.blogspot.com/2013/06/anatomia-del-gato-el-esqueleto.html>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (1 de Febrero de 2013). *Sistema Integrado de Planificación e Inversión Pública*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/sistema-integrado-de-planificacion-e-inversion-publica/>
- Serrahima, R. (24 de marzo de 2011). *Consultoría y formación en Dirección Financiera*. Obtenido de <http://raimon.serrahima.com/la-rentabilidad-financiera-roe-concepto-y-calculo/>
- SINC. (16 de diciembre de 2013). *SINC La Ciencia es noticia*. Obtenido de <http://www.agenciasinc.es/Noticias/El-primer-ronroneo-de-un-gato-a-un-humano-ocurrio-hace-5.000-anos>
- SNI. (2013). *Indicadores básicos de población*. Obtenido de SNI: <http://app.sni.gob.ec/web/sni?restartApplication>
- Vintimilla, S. (8 de Abril de 2013). *El closet en la comunicación política de la contienda electoral de 2013 en Ecuador*. Obtenido de La línea de fuego: <http://lalineadefuego.info/2013/04/08/el-closet-en-la-comunicacion-politica-de-la-contienda-electoral-de-2013-en-ecuador2-por-suaky-vintimilla/>
- Yépez, N. (15 de mayo de 2013). *El mágico mundo felino de Niki*. Obtenido de Razas de gatos. Sus características y personalidad: <http://elmagicomundofelinodeniki.blogspot.com/2013/05/razas-de-gatos-sus-caracteristicas-y.html>

FUENTES LEGALES

- InvestEcuador. (2013). *Guía legal para inversores*. Quito: Investecuator.
- Superintendencia de Compañías. (2010). *Ley de Compañías - Reformada 2010*. Quito: Registro oficial 312 de 05-nov-1999.

ANEXOS

Anexo No. 1. Ficha de observación de un Pet shop

| INSTRUCTIVO | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|------------|------------|----------------------|
| • Marque la respuesta que considere correcta: SI, NO, N/S, (no sabe), N/P, (no procede) | | | | | | |
| • La columna de la derecha es para efectuar las observaciones oportunas, en su caso | | | | | | |
| Condiciones estructurales | | SI | NO | N/S | N/P | OBSERVACIONES |
| 1 | Espacio de trabajo insuficiente o inadecuado. | | | | | |
| 2 | Cuenta con servicio de cepillado | | | | | |
| 3 | Brinda servicio de hospedaje | | | | | |
| 4 | El área operativa cuenta con el espacio necesario para el cuidado de la mascota | | | | | |
| 5 | Tienen de venta alimento para las mascotas | | | | | |
| 6 | Realizan la venta de accesorios para las mascotas como ropa o juguetes | | | | | |
| Condiciones de saneamiento básico | | SI | NO | N/S | N/P | OBSERVACIONES |
| 6 | Agua potable | | | | | |
| 7 | Servicios higiénicos cercanos | | | | | |
| Señale en este espacio cualquier otra observación que considere oportuno, relativa al presente cuestionario. | | | | | | |
| | | | | | | |

Anexo No. 2. Diseño del Cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Somos egresadas de la Universidad Técnica del Norte, nos encontramos elaborando un trabajo académico, denominado “Estudio de factibilidad para la creación de un hotel para gatos en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha”, motivo por el cual pido se sirva en responder las siguientes preguntas, cuyos datos servirán únicamente para la consecución del trabajo mencionado.

Señale con una X su respuesta:

I. SECCIÓN DATOS PERSONALES:

a. Género:

Masculino () Femenino ()

b. Edad (años): _____

c. Sector donde vive:

Norte ____ Centro ____ Sur ____ Valles ____

II. SECCIÓN DATOS ESPECÍFICOS:

1. ¿Tiene una mascota en su hogar?

SI ____ NO ____

Si su respuesta es sí, continúe caso contrario muchas gracias.

2. ¿Cuál es la mascota de su preferencia?

Perros _____

Gatos _____

Canarios _____

Hámster _____

Si su respuesta es gato, continúe caso contrario muchas gracias.

3. ¿Le gustaría poder dejar a su gato en un lugar especializado, cuando tenga que ausentarse de su hogar y no disponga de una persona que pueda cuidarlo?

SI _____ NO _____

Si su respuesta es sí, continúe caso contrario muchas gracias.

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de calidad y especializado, en el cuidado y hospedaje de felinos por día?

\$5.00 - \$10.00 _____

\$11.00 - \$15.00 _____

\$16.00 - \$20.00 _____

\$21.00 - \$25.00 _____

5. ¿Qué servicios adicionales al hospedaje le gustaría que existan en el hotel?

Distracción _____

Cepillado _____

Alimentación _____

Vacunación _____

6. Si usted estaría dispuesto a adquirir estos servicios de cuidado para su mascota, ¿Cuántos días al año los contrataría?

8 días _____

4 días _____

3 días _____

2 días _____

1 día _____

7. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre el servicio de hospedaje?

Elija una opción de su preferencia

Internet _____

Radio _____

Televisión _____

Periódico _____

Hojas volantes _____

Gracias por su colaboración

Anexo No. 3. Tasa de interés CFN

| MATRIZ DE TASAS DE INTERÉS DEL 01 AL 31 ENERO 2015 | | | | | | CFN CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL | |
|---|---------|----------|----------|----------|----------|--|--|
| CRÉDITO DIRECTO | | | | | | | |
| SEGMENTO: PYMES | | | | | | | |
| TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA) | | | | | | | |
| | 0-1 | 1-2 | 3-5 | 6 | 7-10 | | |
| TASA BASE DE REAJUSTE | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | | |
| TASA ANUAL | 9.7500% | 10.5000% | 10.8500% | 11.1500% | 11.6500% | | |
| NOMINAL SEMESTRAL | 9.5233% | 10.2380% | 10.5707% | 10.8554% | 11.3291% | | |
| NOMINAL TRIMESTRAL | 9.4125% | 10.1102% | 10.4348% | 10.7120% | 11.1731% | | |
| NOMINAL MENSUAL | 9.3396% | 10.0262% | 10.3451% | 10.6177% | 11.0706% | | |
| LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL | | | | | | | |
| SEGMENTO: EMPRESARIAL | | | | | | | |
| TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA) | | | | | | | |
| | 0-1 | 0-2 | 3-5 | 6 | 7-10 | | |
| TASA BASE DE REAJUSTE | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | | |
| TASA ANUAL | 9.0000% | 9.2500% | 9.4500% | 9.5000% | 10.0000% | | |
| NOMINAL SEMESTRAL | 8.8061% | 9.0454% | 9.2367% | 9.2845% | 9.7618% | | |
| NOMINAL TRIMESTRAL | 8.7113% | 8.9454% | 9.1325% | 9.1792% | 9.6455% | | |
| NOMINAL MENSUAL | 8.6488% | 8.8796% | 9.0638% | 9.1098% | 9.5690% | | |
| LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL | | | | | | | |
| SEGMENTO: CORPORATIVO | | | | | | | |
| TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA) | | | | | | | |
| | 0-1 | 0-2 | 3-5 | 6 | 7-10 | | |
| TASA BASE DE REAJUSTE | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | | |
| TASA ANUAL | 8.0000% | 8.0500% | 8.1000% | 8.1500% | 8.6500% | | |
| NOMINAL SEMESTRAL | 7.8461% | 7.8942% | 7.9423% | 7.9904% | 8.4706% | | |
| NOMINAL TRIMESTRAL | 7.7706% | 7.8178% | 7.8650% | 7.9121% | 8.3828% | | |
| NOMINAL MENSUAL | 7.7208% | 7.7674% | 7.8140% | 7.8605% | 8.3249% | | |
| LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL | | | | | | | |
| 1 PROGRAMAS QUE APLICAN ESTA TASA: | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Crédito directo para el desarrollo • Programa de apoyo productivo y financiero • Programa adquisición de inmuebles para diversificación de inversiones • Programa para empresas con participación o recursos públicos • Plantas de tratamiento de agua • Programa emergente para el sector bananero • Programa de apoyo financiero transporte público urbano de buses • Programa Plan Tierras • Programa para mercados minoristas y centros de exposición artesanal • Programa preferente para personas con discapacidad • Programa de financiamiento del 10% de bienes adquiridos con CPF • Programa proyecto piloto acuicultura marina • Programa Bienvenidos a casa • Programa de promoción para el sector cafetalero | | | | | | | |
| FORESTAL | | | | | | | |
| TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA) | | | | | | | |
| | 1-5 | 6-10 | 11-15 | 16-20 | | | |
| TASA BASE DE REAJUSTE | 5.22% | 5.22% | 5.22% | 5.22% | | | |
| TASA ANUAL | 7.5000% | 8.0000% | 8.2500% | 8.5000% | | | |
| NOMINAL SEMESTRAL | 7.3644% | 7.8461% | 8.0865% | 8.3267% | | | |
| NOMINAL TRIMESTRAL | 7.2978% | 7.7706% | 8.0064% | 8.2418% | | | |
| NOMINAL MENSUAL | 7.2539% | 7.7208% | 7.9536% | 8.1858% | | | |
| LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL | | | | | | | |

Fuente: Corporación Financiera Nacional(2015)

Anexo No. 4. Proformas equipos de oficina y computación

|  | | MATRIZ: Ruiz de Castilla N30-62 y Cuero y Caicedo 2502-209 / 2557-799 Fax: 2540-746 . Quito | R.U.C. 1791433025001 | | | |
|---|---|---|--|----------------|------------------|--|
| MAYORISTA EN COMPUTACIÓN TECNOMEGA C.A. | | SUCURSAL: Ruiz de Castilla N30-62 y Cuero y Caicedo Esquina Telfs.: 2228/-218 / 2502-209 / 2557-799 Quito-Ecuador | COTIZACIÓN No. 3840-2009 FECHA EMISIÓN: 15-ene-15 | | | |
| CONTRIBUYENTE ESPECIAL SEGUN RESOLUCION No. 476 del 19-06-2003 | | | | | | |
| CLIENTE: JENNIFER SAA RUC: 0800277529-6 DIRECCIÓN: CIUDAD: Quito | CÓDIGO: TELÉFONO: VÍA ENVÍO: | FECHA VENCIMIENTO: 05-feb-15 O/COMPRA | VENDEDOR: 03 O/VENTA | | | |
| CANT. | CÓDIGO | DESCRIPCIÓN | Precio Unitario | Valor Total | | |
| 4 | INTEL-DG27PQ | Computador Intel C2D 2,38GHZ 1MB A287 | 754,46 | 3.017,84 | | |
| 1 | CAM.VIG.X5070 | Juego de cámaras de vigilancia | 236,61 | 236,61 | | |
| 1 | IMLEXMULT. | Impresora LEXMARK multifunción W-25789 | 107,14 | 107,14 | | |
| SON: seis mil seiscientos ocho dólares de los Estados Unidos de América | | | SUBTOTAL | | | |
| <table border="1"> <tr> <td>Por Tecnomega</td> <td>Por el Cliente</td> </tr> </table> | | | Por Tecnomega | Por el Cliente | DESCUENTO | |
| | | | Por Tecnomega | Por el Cliente | | |
| | | | BASE IMPONIBLE | | | |
| | | | 0% IVA | 3.361,59 | | |
| | | | 12% IVA | 403,39 | | |
| TOTAL | 3.764,98 | | | | | |

CLIENTE

| | | | |
|---|--------------------|---|----------------|
|  | | Generadores eléctricos PROFORMA No. 0002 | |
| Ing. Lorenzo Herrera RUC: 1790984168001 Av. 10 de Agosto N42-111 y Falconi | | | |
| Cliente: Jennifer Saa Dirección: _____ RUC: 0800277529-6 Fecha: 09-enero-2015 | | | |
| CANT | DESCRIPCIÓN | V. UNIT. | V.TOTAL |
| 1 | Planta de luz | 223,21 | 223,21 |
| SON: Doscientos cincuenta 00/100 dólares | | SUBTOTAL | 223,21 |
| _____ | | IVA 12% | 26,79 |
| Firma Cliente | Firma Autorizada | TOTAL | 250,00 |
| Teléfono +(593-2) 246-2959 /246-2959 /246-5570 /224-6517 Fax +(593-2) 246-5579 | | | |

