



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

PUPPY & PLAY

Autores:

**Rodrigo Hernández Villacis**

**Ricardo Gutiérrez Hernández**

Director:  
Jorge Vera

Guayaquil – Ecuador

Septiembre 2016

## Tabla de contenido

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>6</b>
<b>1.- PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO.....</b>	<b>7</b>
1.1 BREVE HISTORIA DEL PROYECTO/EMPRESA .....	7
<b>2.- ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>9</b>
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA .....	9
2.2 ANÁLISIS FUERZAS DE PORTER .....	11
2.3 ASPECTOS DISTINTIVOS DEL NEGOCIO .....	14
2.4 FACTORES CRÍTICOS A CONSIDERAR PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO .....	14
2.5 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO .....	16
2.6 MODELO DE NEGOCIO .....	18
2.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.....	19
2.8 COMPONENTES CLAVES DEL MODELO DE NEGOCIO .....	21
2.9 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	22
<b>3. ANÁLISIS FODA .....</b>	<b>27</b>
<b>4. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>28</b>
4.1 OBJETIVO DEL MARKETING.....	28
4.2 MERCADO OBJETIVO.....	29
4.3 SEGMENTACIÓN SELECCIONADA.....	29
4.4 POSICIONAMIENTO .....	29
4.5 ESTRATEGIA Y PROGRAMA DE MARKETING .....	29
<b>5. ANÁLISIS TÉCNICO .....</b>	<b>34</b>
5.1 ANÁLISIS DEL SERVICIO .....	34
5.2 FACILIDADES.....	34
5.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS.....	35
5.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	37
5.5 SISTEMA DE CONTROL.....	39
<b>6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>40</b>
6.1 GRUPO EMPRESARIAL .....	40
6.2 PERSONAL EJECUTIVO .....	40
6.3 ORGANIZACIÓN .....	41
6.4 EMPLEADOS .....	42
6.5 ORGANIZACIONES DE APOYO.....	47
<b>7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....</b>	<b>47</b>
7.1 ASPECTOS LEGALES .....	47
7.2 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA.....	49
<b>8. ANÁLISIS AMBIENTAL .....</b>	<b>50</b>
<b>9. ANÁLISIS SOCIAL .....</b>	<b>51</b>
<b>10. ANÁLISIS ECONÓMICO.....</b>	<b>52</b>
10.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS .....	52
10.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO .....	54
10.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	54
10.4 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS .....	55
10.5 PRESUPUESTO DE PERSONAL.....	55
10.6 PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS .....	55
10.7 DEDUCCIONES TRIBUTARIAS .....	55
<b>11. ANALISIS FINANCIERO .....</b>	<b>56</b>

11.1 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO .....	56
11.2 FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA .....	56
11.3 ESTADO DE RESULTADOS.....	56
11.4 BALANCE GENERAL .....	57
11.5 RAZONES FINANCIERAS: .....	57
<b>12. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES .....</b>	<b>59</b>
12.1 RIESGOS DE MERCADO .....	59
12.2 RIESGOS TÉCNICOS.....	59
12.3 RIESGOS ECONÓMICOS .....	60
12.4 RIESGOS FINANCIEROS .....	60
<b>13. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO.....</b>	<b>61</b>
13.1 EVALUACIÓN DE CONTADO .....	61
13.2 EVALUACIÓN CON FINANCIAMIENTO.....	61
13.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	61
13.4 ANÁLISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA .....	62
<b>14. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO .....</b>	<b>64</b>
<b>15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>65</b>
15.1 CONCLUSIONES.....	65
15.2 RECOMENDACIONES.....	65
<b>6. REFERENCIAS.....</b>	<b>67</b>
<b>17. ANEXOS.....</b>	<b>69</b>
ANEXO 1: INFORMACIÓN INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO.....	69
ANEXO 2. SÍNTESIS DE LOS ATRACTIVOS Y PLANTA TURÍSTICA DE GUAYAQUIL .....	70
ANEXO 3. FACTURACIÓN DE SUSTITUTOS DE P&P .....	70
ANEXO 4. DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO POBLACIÓN OCUPADA DE 12 AÑOS Y MÁS.....	71
ANEXO 5. FORMATO DE ENCUESTA.....	71
ANEXO 6. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS .....	77
ANEXO 7. CERTIFICADO AMBIENTAL .....	84
ANEXO 8. PRESUPUESTOS DE CONSTRUCCIÓN.....	85
ANEXO 9. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS .....	90
ANEXO 10. TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	92
ANEXO 11. PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS .....	94
ANEXO 12. PRESUPUESTO DE PERSONAL.....	94
ANEXO 13. PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS.....	95
ANEXO 14. DEDUCCIONES TRIBUTARIAS .....	95
ANEXO 15. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO .....	96
ANEXO 16. FLUJO DE CAJA DE LOS ACCIONISTAS.....	97
ANEXO 17. ESTADO DE RESULTADOS.....	98
ANEXO 18. BALANCE GENERAL .....	99

## Índice de Tablas

Tabla 1.....	19
Tabla 2.....	24
Tabla 3.....	30
Tabla 4.....	32
Tabla 5.....	43
Tabla 6.....	52
Tabla 7.....	54
Tabla 8.....	54
Tabla 9.....	56
Tabla 10.....	56
Tabla 11.....	57
Tabla 12.....	57
Tabla 13.....	57
Tabla 14.....	57
Tabla 15.....	57
Tabla 16.....	57
Tabla 17.....	58
Tabla 18.....	61
Tabla 19.....	62
Tabla 20.....	62
Tabla 21.....	63
Tabla 22.....	63
Tabla 23.....	63
Tabla 24.....	63
Tabla 25.....	63
Tabla 26.....	64
Tabla 27.....	64
Tabla 28.....	64
Tabla 29.....	64
Tabla 30.....	64

## Índice de Figuras

Figura 1 .....	25
Figura 2 .....	31
Figura 3 .....	32
Figura 4 .....	35
Figura 5 .....	36
Figura 6 .....	37
Figura 7 .....	38
Figura 8 .....	39
Figura 9 .....	41

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios, a mis padres y a mi familia por el apoyo en el proceso de la elaboración de esta tesis.

**Rodrigo Hernández Villacis**

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de seguir formándome como profesional y persona.

Agradezco a mi esposa por ser mi motivación en el desarrollo de mi vida como profesional.

Agradezco a mi madre porque siempre confía en mis capacidades y por sus continuas enseñanzas.

**Ricardo Gutiérrez Hernández**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La propuesta de negocio se basa en la observación de tres factores importantes que han aumentado en los últimos años, expresado en el cambio de la forma de vida de las personas, refiriéndonos a la falta de tiempo para cuidar a sus mascotas, la falta de espacio para que habiten y la escasez de recursos económicos necesarios para su alimentación y cuidados.

Esto ha hecho que las familias se restrinjan de poseer una mascota, específicamente la de un cachorro de perro en sus hogares, dando como resultado el impedimento de compartir afecto a los miembros de la familia con estos animalitos.

Es por esto que se creó la idea de Puppy & Play S.A., un parque recreativo en el cual los padres de familia podrán llevar a sus hijos y con el pago de las entradas tendrán la opción de prestar al cachorro de perro de su preferencia durante un tiempo determinado para jugar en el parque y ser parte de las actividades realizadas en el mismo.

Su ubicación estará en el kilómetro 4.5 vía a Samborondón, donde anteriormente se encontraba “River Park”, con horarios que van de Lunes a Viernes de 2:00 P.M a 6:00 P.M, y los Sábados y Domingos de 10:00 A.M a 8:00 P.M, también existirá en el parque un bar y una tienda de recuerdos a disposición de los visitantes; el servicio estará dirigido a los padres de familia de clase media – alta, con hijos en edad escolar y que no posean mascotas en sus hogares.

Cabe aclarar que el precio de las entradas será de \$5 por persona y podrán permanecer el tiempo que deseen, todo esto según los resultados obtenidos en la Investigación de Mercado realizada previamente, en el cual observamos que el 96% de las 299 personas encuestadas asistirían al parque.

La inversión inicial para este proyecto es de \$200,126.46, la cual tendrá una estructura establecida del 60% que estará financiada mediante un préstamo bancario de \$ 120,075.88 a la Corporación Financiera Nacional CFN y un 40% por el aporte de sus accionistas con un valor de \$ 80,050.58.

La evaluación proyectada para 5 años de operación de Puppy & Play se analizó en dos escenarios uno de ellos el proyecto y otro el inversionista. Con respecto al proyecto en sí tendrá una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 17.14%, un Valor Actual Neto (VAN) de \$21,808, un Índice de Rentabilidad (IR) de 1.11 y un Tiempo de Recuperación (TR) de 2.82 años. Mientras

que para el inversionista tendrá una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 36.76%, un Valor Actual Neto (VAN) de \$35,722, un Índice de Rentabilidad (IR) de 1.45 y un Tiempo de Recuperación (TR) de 1.52 años. Se debe señalar que la rentabilidad del inversionista será mayor a la del proyecto, siempre que la tasa de rentabilidad del proyecto sea mayor a la tasa de interés del financiamiento.

Estos resultados dan la pauta de que el proyecto es viable y atractivo para los inversionistas, además de ser un servicio innovador y rentable, adicionalmente Puppy & Play S.A tendría un impacto social ayudando a disminuir el abandono de los perros en la ciudad de Guayaquil.

## **1.- PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO**

### **1.1 Breve historia del proyecto/empresa**

La empresa nace por la necesidad del intercambio emocional entre los niños y una mascota, sentimiento que fue experimentado por sus padres en su momento y que actualmente por diferentes factores no pueden disfrutar del amor de una mascota en su hogar.

Esta empresa tendrá el nombre de Puppy & Play S.A en referencia a los cachorros y al juego que disfrutarán los niños en sus instalaciones. Será una empresa de sociedad anónima para poder tener el aporte de inversionistas en la estructura de la compañía.

Puppy & Play S.A tendrá establecida una misión y visión basada en sus valores corporativos:

#### **Misión:**

Satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de entretenimiento de las familias que nos visitan, con total seguridad, respetando siempre la tranquilidad y el bienestar de las mascotas, con una labor de excelencia en cuidados por parte de los empleados, cumpliendo nuestra responsabilidad con la comunidad y aumentando el valor de la compañía en forma sostenida en el tiempo para el bienestar de nuestros accionistas.

#### **Visión:**

Dentro de los próximos 5 años, Puppy & Play S.A será un referente en locales de recreación familiar con presencia en las principales ciudades del país, estableciéndose como el pionero y el líder del mercado del entretenimiento familiar con mascotas.

## Valores

En Puppy & Play S.A se realizará la actividad empresarial mediante los siguientes valores que dan forma a la cultura organizacional existente, siempre en concordancia con la misión y visión de la empresa.

Estos valores son un reflejo interno de nuestro actuar en Puppy & Play S.A:

- **Liderazgo:** Como pioneros en este servicio, buscamos la mejora continua, para siempre estar un paso adelante a los posibles competidores que aparezcan.
- **Responsabilidad Social:** Nos preocupamos por el bienestar emocional y seguridad tanto de las personas que acudan, como de las mascotas con las que interactúen.
- **Profesionalismo:** Damos lo mejor de nosotros en la atención de nuestros visitantes, poniéndonos metas superiores cada día, haciendo de nuestro trabajo una religión.
- **Orientación al servicio:** Disfrutamos lo que hacemos, de tal manera que estamos enfocados en que la estadía de los visitantes sea una experiencia diferente y placentera.
- **Calidez:** El cariño hacia los animales se refleja en la asistencia hacia los visitantes, para que su momentánea convivencia sea inolvidable y repetible.
- **Trabajo en equipo:** Como grupo nos sentimos identificados con la empresa, por lo cual buscamos una sinergia constante necesaria para el mejor desempeño de la misma.

Puppy & Play S.A es una empresa que busca ofrecer un espacio de entretenimiento familiar a través de la interacción con mascotas, en un espacio abierto donde puedan jugar con seguridad los niños con las mascotas.

Puppy & Play S.A se encuentra relacionada con la industria del entretenimiento y la industria de las mascotas, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) la industria del entretenimiento se encuentra en la Sección R “Artes, Entretenimiento y Recreación”<sup>1</sup>. La industria de mascotas no se puede ubicar en una sola sección, ya que se encuentra vinculada con varias actividades económicas que más adelante serán detalladas.

---

<sup>1</sup> INEC. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. CIU REV 4.0. enero 25, 2016, de INEC Sitio web: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/ciu4.php>



## 2.- ANÁLISIS DEL MERCADO

### 2.1 Análisis del sector y de la Compañía

#### Industria del entretenimiento

Analizando en primer lugar a la industria del entretenimiento encontramos que en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas en la sección R “Artes, Entretenimiento y Recreación” se ha establecido la división de “Actividades de arte, entretenimiento y creatividad”, la cual incluye actividades de parques de atracciones y parques temáticos.

Según cifras de la Superintendencia de Compañías en el año 2013 la actividad económica R - Artes, Entretenimiento y Recreación, tuvo unos ingresos de \$61'842,898 USD, los cuales fueron generados por 149 compañías en donde se ocuparon 1,626 personas en todo el Ecuador<sup>2</sup>.

Analizando los ingresos de la industria del entretenimiento en 2013 y 2012 se debe tener presente que el 29% de los ingresos fueron obtenidos de la venta de bienes como por ejemplo objetos de recuerdos, alimentos y juguetes, el 70% por la prestación de servicios, por ejemplo cine, juegos mecánicos, actividades deportivas y videojuegos. El 1% restante por otros ingresos de actividades ordinarias, estos porcentajes fueron calculados con base en la información de la Superintendencia de Compañías. Ver Anexo 1. Estas cifras nos indican que un negocio de entretenimiento tiene su mayor ingreso por prestación de servicios, que corresponde al cobro de entrada al lugar de entretenimiento. Según estudio presentado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral en Guayaquil existe una oferta de entretenimiento distribuida en porcentajes de la siguiente forma, 35% salas de cine, infraestructura deportiva 9%, teatros y galerías con 8%, parques urbanos 8%, centros comerciales 8%, Museos 7%, centros de convenciones 7%, cafés y bares 7%, parques temáticos 6% y parques nacionales y reservas naturales 5%<sup>3</sup>. Ver anexo 2

---

<sup>2</sup> Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2014). Anuario Estadístico Societario. Enero 25, 2016, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros Sitio web: <http://www.supercias.gob.ec/portal>

<sup>3</sup> Gamboa Jarrin Sandra, Fernando Mayorga. (2009). Las actividades recreativas en la ciudad de Guayaquil: análisis histórico, tendencias & propuestas. Tesis de Ingeniería. ESPOL

La industria del entretenimiento tuvo un crecimiento del 12% en el año 2013, equivalente a un aumento en las ventas de \$6'735,692 más que en el 2012, lo que confirma la tendencia de la sociedad a buscar más ofertas de actividades de entretenimiento o esparcimiento<sup>4</sup>.

Para continuar con el análisis de la industria también se requiere de un análisis demográfico que tendría el proyecto, según la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE del 2011, realizado por el INEC, reflejo que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentran en estrato A clase alta, el 11,2% en nivel B clase media-alta, el 22,8% en nivel C+ clase media típica, el 49,3% en estrato C- clase media-baja y el 14,9% en nivel D clase baja.

### **Industria de mascotas**

La Industria de Mascotas de acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas no puede ubicarse en una sola sección, deben analizarse cada una de las actividades que componen a dicha industria, entre las cuales tenemos la subdivisión C108 definida como “Elaboración de Alimentos Preparados para Animales”, otra subdivisión es la M75 denominada como “Actividades Veterinarias”. Otra actividad relacionada con la industria de las mascotas es la AO149 “Cría de otros animales”, en donde entraría la cría de perros. Las actividades comerciales como peluquerías y spas para mascotas no fueron identificadas en la clasificación CIU.

La actividad “Elaboración de Alimentos Preparados para Animales” en el 2010 facturó 5'310,964 en productos balanceados para animales con un total de 10,443 establecimientos dedicados a esta producción, adicionalmente estas empresas emplearon un total de 23,425 personas<sup>5</sup>. En dicha actividad aparece Nestle como el competidor más fuerte con sus marcas Dog Chow y Cat Chow. El 70% de las ventas totales de alimentos para animales corresponde a los productos para perros y el 30% para gatos<sup>6</sup>. Otras marcas importantes son las ofrecidas por

---

<sup>4</sup> Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2013). Anuario Estadístico Societario. Enero 25, 2016, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros Sitio web: <http://www.supercias.gob.ec/portal>

<sup>5</sup> FLACSO-MIPRO. (2012). Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES No. 24. FLACSO-MIPRO. ENERO 25, 2016, de FLACSO-MIPRO Sitio web:

<https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/e95f7seq84g008xi32hh5lkj7090hf.pdf>

<sup>6</sup> <http://agronegociosecuador.ning.com/page/albex-el-mercado-de-las>

Agripac, como por ejemplo Buen Can, Nutri Pro y Michu. Otro fuerte competidor es Pronaca con su marca Pro Can. En cuanto a los niveles de ventas Pronaca reportó en 2014 una venta de alimentos concentrados para animales de \$222,504 USD, mientras que Agripac reportó para el mismo año \$129,872 USD en su división concentrado para animales<sup>7</sup>.

Otra subdivisión que tiene la industria de las mascotas es la actividad veterinaria definida por la CIIU como “Actividades de atención médica y control de animales domésticos”. Estas actividades son llevadas a cabo por veterinarios calificados que prestan servicios en hospitales veterinarios así como también en establecimientos agropecuarios, en perreras, a domicilio, en consultorios, quirófanos privados y en otros lugares.

En Guayaquil se encuentra en actividad económica Animalopolis Hospital Clínica Veterinaria cuyos ingresos en el año 2014 fueron de \$168,682.85, otra clínica reconocida es Clivequil que en el año 2014 facturó \$431,824. Se estima que existen alrededor de 200 veterinarias en toda la ciudad<sup>8</sup>.

Una tendencia de la industria de las mascotas la podemos ver en Japón, en cuya capital Tokio, debido al tamaño de los departamentos las personas están optando por contratar los servicios de una compañía llamada “Corazón de Perro”, un complejo que en parte es zoológico y en parte un lugar de alquiler de mascotas, donde los visitantes pueden elegir entre sentarse y acariciar a más de 20 animales o llevárselos a dar un paseo por el parque<sup>9</sup>.

Por lo tanto se concluye que el proyecto tendría una industria prometedora para el éxito del servicio que se daría con esta nueva empresa.

## 2.2 Análisis fuerzas de porter

Para concluir con el análisis se aplicará la teoría de las Cinco Fuerzas de Porter en la industria del entretenimiento:

---

<sup>7</sup> Base de datos Superintendencia de compañías.

<sup>8</sup> Base de datos Superintendencia de compañías.

<sup>9</sup> Diario El Comercio de Perú. 21 de marzo de 2015. <http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/alquilan-perros-entre-seis-y-30-dolares-japon-noticia-1799213>

### **Entrada de nuevos competidores:**

En la industria del entretenimiento existen altas barreras de entrada en variables como los requisitos de capital, la diferenciación del producto o el servicio y las desventajas en costos que podrían tener los nuevos competidores comparados con los actuales.

En cuanto a los requisitos de capital, los nuevos competidores deberán contar con recursos financieros para cumplir con necesidades como una infraestructura de calidad, reserva de capital para cubrir periodos de pérdida, capital de trabajo, promoción y publicidad.

Una compañía que ofrece entretenimiento debe contar con instalaciones de primer nivel que permitan satisfacer las expectativas de sus clientes, por lo que los nuevos competidores tendrán una alta inversión inicial en la adecuación de las instalaciones como por ejemplo adquisición de terrenos o locales y compra de equipos, un terreno en vía a Samborondón tiene un precio entre 300 y \$450 por m<sup>2</sup>, para hacer un parque recreativo se requieren mínimo 2,000 m<sup>2</sup> lo que costaría entre \$600,000 y \$900,000<sup>10</sup>.

En cuanto a la diferenciación del producto o el servicio, los nuevos competidores tendrían que invertir en publicidad y promoción para poder romper con los lazos que tienen los consumidores con las ofertas actuales que hay sobre entretenimiento. Normalmente las familias ya tienen arraigada una lealtad con lugares como parques recreativos, cines, centros comerciales y playas, los nuevos competidores deberán disminuir esa lealtad y para ello asumir costos en publicidad y promoción, aspecto que se convierte en una barrera adicional que dificulta la participación en la industria del entretenimiento.

Los bajos costos que tienen ofertas como las salas de cine o los parques con equipos mecánicos generan una desventaja para los nuevos entrantes, los actuales competidores poseen adicionalmente un “Know How” del negocio que combinado con sus altos márgenes pueden representar una barrera para la entrada de nuevos competidores.

---

<sup>10</sup> <http://www.plusvalia.com/terrenos-en-venta-en-samborondon.html>

### **Rivalidad de los actuales competidores:**

Puppy & Play S.A no tendría un competidor directo ya que en la ciudad de Guayaquil no existe este tipo de negocio por su característica innovadora en el concepto de servicio que ofrece.

### **Productos sustitutos:**

Como sustitutos si existe una alta rivalidad para Puppy & Play S.A, ya que negocios como los cines, parques de diversión, los centros comerciales e incluso los videojuegos, son actividades que normalmente las familias tienen como prioridad para satisfacer su necesidad de esparcimiento. Puppy & Play S.A estará sometido a una alta presión por los productos y servicios que hay en la industria del entretenimiento, constantemente los consumidores estarán comparando precios y calidad del servicio con las alternativas que tienen en la ciudad para compartir un momento de esparcimiento en familia. Puppy & Play S.A deberá enfocarse y potenciar su factor diferenciador entre las ofertas de entretenimiento que hay en la ciudad de Guayaquil de tal forma que pueda disminuir el interés de los consumidores por dichas actividades sustitutas. En el anexo 3 se detalla la facturación de los sustitutos que tendría P&P en la zona de Samborondón.

### **Poder de negociación de los proveedores:**

Por la condición del mercado de los criaderos de animales, el poder de negociación de los proveedores sería alto en cuanto a la compra de mascotas para el parque porque en la ciudad son pocos los criaderos oficiales, Puppy & Play S.A tendría al principio que negociar con los criaderos pero luego al tener sus propias camadas disminuiría el poder de negociación de los proveedores. En cuanto a las compras de otros insumos para el parque como alimentos para mascotas, vacunas para animales, materiales para la tienda de recuerdos y el bar, los proveedores tendrían un bajo poder de negociación porque en la ciudad existen demasiados competidores que pueden satisfacer las necesidades del parque.

### **Poder de negociación de los clientes:**

Será alto debido al acceso a la información que tienen los consumidores y su facilidad de elegir. A través de medios de comunicación como radio, televisión y el internet los clientes tendrán toda la información sobre precios de los servicios ofrecidos en la industria del entretenimiento, incrementando su poder de negociación.

## **2.3 Aspectos distintivos del negocio**

Puppy & Play S.A es una idea innovadora en la ciudad de Guayaquil, porque no existe una oferta de un parque en donde las familias puedan realizar actividades deportivas y al mismo tiempo disfrutar de un ambiente campestre y de la compañía de los animales más queridos por el hombre como lo es un cachorro.

No existe en Guayaquil una oferta de entretenimiento con mascotas para las personas que tienen afinidad con dichos animales y que no pueden tenerlos debido a inconvenientes como la falta de tiempo, el poco espacio en sus hogares o los altos costos de la manutención de los animales, por eso Puppy & Play S.A ofrece una opción innovadora para la ciudad.

Puppy & Play S.A es una oferta vanguardista para el entretenimiento en la ciudad ya que existen lugares como el parque de Samanes donde las personas pueden llevar sus mascotas a pasear, pero un lugar en donde las personas puedan interactuar temporalmente con mascotas sin la necesidad de ser los propietarios de ellas no existe. En la Guayaquil existe una gran cantidad de personas que tienen afinidad por las mascotas pero no pueden disfrutar de su compañía por falta de tiempo y espacio para dicha actividad.

## **2.4 Factores críticos a considerar para el éxito del negocio**

Uno de los factores críticos más relevantes es el reto que tiene Puppy & Play S.A con la tendencia mundial de la protección de los derechos de los animales, porque Puppy & Play S.A podría ser catalogado como una empresa que saca ventaja de los cachorros para obtener beneficios económicos, por eso es de vital importancia que se garantice el correcto cuidado de

los animales, con buenas prácticas de manejo en donde se vele por una adecuada alimentación y un control periódico por parte del médico veterinario.

En Guayaquil se han venido creando organizaciones sin ánimo de lucro que buscan proteger los derechos de los animales, por lo tanto Puppy & Play S.A deberá iniciar una relación estratégica con dichas organizaciones para demostrar que su actividad comercial no va a afectar los derechos de los animales, incluso podría servirle como medio publicitario para dar a conocerse como oferta de entretenimiento, ya que las ONG utilizan intensamente las redes sociales para comunicar sus actividades.

Uno de los cuestionamientos posibles que podrían realizar las ONG defensoras de animales sería el hecho de que se usen las mascotas durante un largo periodo de tiempo en actividades con humanos generándose estrés en los animales. Pero los expertos en terapias caninas han identificado el riesgo y sugieren algunas estrategias para evitar daños a la salud de los perros, por ejemplo el Dr. Miguel Ángel Signes Llopis dice “El perro es un valioso elemento de terapia para los educadores y terapeutas, pero el animal no debe ser tratado como una mera “herramienta” ya que es un ser vivo y hay que velar por su bienestar y evitarle en lo posible situaciones de estrés”. Por eso Puppy & Play S.A deberá tener un programa de vigilancia de la salud de los perros para evitar problemas como el estrés canino.<sup>11</sup>

Otro de los retos de Puppy & Play S.A es el cumplimiento de la actual y futura legislación nacional que se relaciona con la protección de los animales, como por ejemplo la Ley LOBA, por ello Puppy & Play S.A deberá asesorarse jurídicamente para evitar que cualquier práctica que ejecute en sus instalaciones incumpla la legislación existente y a su vez tener una actualización constante de las nuevas leyes para mantenerse en fiel cumplimiento.

Puppy & Play S.A utilizará cachorros dentro del parque, pero a medida que los cachorros van envejeciendo se convertían en una situación crítica para la organización, por lo tanto puede integrarse hacia atrás implementando su propio criadero con los animales adultos, en promedio un perro tiene 10 años de vida por lo que Puppy & Play S.A deberá implementar un “Asilo para

---

<sup>11</sup> <http://argos.portalveterinaria.com/noticia/4693/articulos-archivo/perros-de-terapia-y-estres.html>

perros”, en donde se dará un buen cuidado a las mascotas que durante varios años pertenecieron al parque.

Puppy & Play S.A deberá diseñar un plan estratégico comercial fuerte que le permita penetrar en la industria del entretenimiento, la cual cuenta con una gran cantidad de ofertas posicionadas desde hace varios años. La publicidad y el marketing serán claves para el éxito del negocio, darse a conocer en el mercado como una opción para el ocio y el esparcimiento será un gran reto para Puppy & Play S.A.

Finalmente la generación de residuos dentro del parque es otro reto para Puppy & Play S.A, por eso debe revisar la legislación ambiental y determinar si los desechos del parque son considerados peligrosos, Puppy & Play S.A debe realizar un estudio de impacto ambiental y planear una auditoría con la autoridad competente con el objetivo de determinar si requiere de una licencia ambiental o simplemente de una plan de manejo ambiental (PMA). En el caso de que se requiera de un PMA Puppy & Play S.A deberá contratar un profesional para que gestione su actividad y permita cumplir con los requerimientos ambientales vigentes.

## **2.5 Análisis del mercado propiamente dicho**

### **Problema a resolver**

La idea de una empresa como Puppy & Play S.A se origina en la tendencia hacia tres factores que se han evidenciado en los últimos años, en primer lugar está la falta de tiempo de las personas para dedicarse al cuidado de una mascota en el hogar; debido a los cambios en el ritmo de vida, actualmente las personas distribuyen su tiempo de una manera diferente como podemos ver en el anexo 4<sup>12</sup>. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), las personas dedican un promedio de dos horas y 21 minutos a la semana al cuidado de mascotas, tiempo muy corto para las mascotas e indispensable para las personas<sup>13</sup>.

El segundo factor es la inseguridad en la urbe, que ha llevado a que más familias busquen la posibilidad de vivir en ciudadelas cerradas<sup>14</sup>, que en muchas ocasiones son urbanizaciones

---

<sup>12</sup> <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/uso-del-tiempo-2/>

<sup>13</sup> <http://www.elcomercio.com/tendencias/duenos-de-mascotas-dedican-mas.html>

<sup>14</sup> [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/213\\_003.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/213_003.pdf)



estandarizadas que no cuentan con áreas donde la mascota pueda vivir, también hay que tomar en cuenta que en algunas ciudades existen reglamentos internos sobre la convivencia que deben seguir los propietarios de mascotas, que serían una molestia para los dueños de mascotas y por lo tanto desmotivarían la presencia de estos animalitos<sup>15</sup>. Como por ejemplo en algunas ciudades se pide que cuando la mascota salga a pasear debe estar acompañada por una persona responsable y deberá llevar cadena de seguridad y collar en el que conste su nombre y el de su propietario y/o el número de manzana y villa a la que pertenece.

Como último factor podemos mencionar el presupuesto de los hogares, actualmente el promedio de personas que habitan un hogar es de 3,9<sup>16</sup> personas y se requiere de 1,8 personas para completar la canasta familiar básica que en Septiembre del 2015 se ubicó en \$670,53<sup>17</sup>, esto nos da una idea de que casi mitad de las personas que habitan un hogar necesitan trabajar y lo difícil que resultaría en la parte económica el aumento de un integrante más en la familia como es una mascota, teniendo en cuenta que solo el gasto en alimentación va desde \$40 a \$110 mensuales dependiendo del tamaño del perro<sup>18</sup>.

Pero que ocurre con las mascotas cuando sus propietarios ya no pueden o no quieren tenerlos en sus hogares, muchas familias se ven en la triste necesidad de deshacerse de sus mascotas y abandonarlas en las calles; Ecuador es uno de los países de Sudamérica que registra el mayor número de animales maltratados y se calcula que cada año 500.000 perros son abandonados<sup>19</sup>, los mismos que en un mayor porcentaje están condenados a una muerte temprana, enfermedades, atropellados o sometidos a torturas extremas.<sup>20</sup>

Entonces para evitar el futuro abandono de estas mascotas y resolver la necesidad de los niños por compartir con una, como lo hicieron sus padres, pero que actualmente debido a los factores anteriormente expuestos no es posible, es por lo cual nace la necesidad de encontrar una alternativa para poder interactuar con una mascota sin tenerla en el hogar; esto es, un lugar seguro donde las familias puedan compartir con sus hijos momentos de esparcimiento con la

---

<sup>15</sup> <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/09/11/nota/5117060/mascotas-cause-molestias-urbanizaciones>

<sup>16</sup> [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101501635/-](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101501635/-1/Inec%3A_Tama%C3%B1o_promedio_del_hogar_ecuatoriano_es_de_3.9_personas.html#.VIneaHYvfIU)

<sup>17</sup> <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/119186-quito-ciudad-inflacion-mas-alta-septiembre-2015>

<sup>18</sup> <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/30/nota/3294961/hasta-110-mes-se-gasta-alimentar-mascota>

<sup>19</sup> [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=184217](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=184217)

<sup>20</sup> <http://mioplanet.org/realidad-de-los-perros-callejeros-problema-ambiental-%C3%A9tico-y-de-salud>

mascota de su preferencia y así experimentar las emociones y sentimientos que proporcionan estos animalitos, sin preocuparse de las obligaciones, responsabilidades y gastos que significa tener que cuidar de ellos en casa.

## **2.6 Modelo de negocio**

Puppy & Play S.A ofrece a los padres de familia un lugar de esparcimiento donde pueden llevar a sus hijos a un parque recreativo y mediante el pago de una entrada accedan a las instalaciones con la posibilidad de intercambiar los tickets de entrada por un cachorro de perro de la raza que ellos elijan; luego de una capacitación realizada por los empleados del local, sobre la raza que escogieron y los cuidados necesarios que deben tener con la mascota dentro del parque, pasan a una área abierta con juegos para los niños y los cachorros, para que puedan divertirse con la mascota durante un tiempo determinado, también pueden acceder a la tienda de recuerdos, un bar, tomarse fotos en una cabina con la mascota y participar de los concursos que se harán en el parque.

Los padres de familia también podrán alquilar parte del local para realizar fiestas temáticas con los cachorros para el cumpleaños de sus hijos.

De esta manera Puppy & Play S.A logra satisfacer la necesidad de intercambio emocional que poseen los niños hacia los animales, sintiéndose identificados por su alegría, vitalidad e inocencia con los cachorros que ofrecemos en las instalaciones. Los padres podrán compartir esas emociones con sus hijos y tener un momento familiar que promueve y enfatiza las relaciones entre ellos.

En Puppy & Play S.A se enseñará a los niños normas de convivencia y cuidados que deben tener al interactuar con animales domésticos. Puppy & Play S.A se convertirá en una opción para el entretenimiento y esparcimiento de la familia, en donde se resaltan valores como el respeto por los animales y una vida sana.

Adicionalmente en la medida de que los recursos del negocio lo permita, Puppy & Play S.A puede ofrecer los servicios de asilo para perros que no pertenezcan al parque, normalmente las personas deciden aplicar la eutanasia a sus mascotas cuando están demasiado adultas, decisión incorrecta que va en contra de los derechos de los animales, por lo que Puppy & Play S.A puede servir como alternativa a esta mal práctica.

## 2.7 Descripción de la propuesta de valor

Los padres de familia al asistir al parque podrán compartir con sus hijos y la mascota que hayan elegido, de momentos de esparcimiento con la actividad física que representa jugar y correr detrás del cachorro, conocer otras familias con la misma afinidad hacia las mascotas, todo esto sin incurrir en los gastos de alimentación y cuidados que representan estos animalitos en el presupuesto del hogar.

Los niños al utilizar las instalaciones del parque podrán intercambiar cariño con la mascota e interactuar con otros niños, mejorando así no sólo su nivel de socialización sino experimentando un momento de unión familiar estrechando las relaciones con sus seres queridos.

Para poder cuantificar los beneficios que tendrán las familias al asistir a Puppy & Play S.A debemos relacionarlos con actividades similares que demuestren el ahorro y la utilidad adquirida al elegir ir al parque.

**Ahorro de dinero:** El padre de familia al no incurrir en los gastos mensuales como son la alimentación, medicina, peluquería, etc. con un valor total de \$90.00 al mes, que representa un 8,6% con respecto al ingreso urbano promedio de una familia que actualmente es de \$1.046.00 según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)<sup>21</sup>.

Concepto	Ahorro (\$)
Alimentación de la mascota	40.00
Servicios veterinarios	30.00
Peluquería veterinaria	20.00
Total	90.00

Tabla 1.

En cambio al asistir a P&P cancelará una entrada de \$5 por persona y en una familia promedio de 4 personas tendrá un valor total de \$20, suponiendo que asistan todos los fines de semana serían \$80 y tendrá un ahorro de \$10.

<sup>21</sup> <http://www.elcomercio.com/tendencias/mascotas-cuidados-gastos-animales-veterinario.html>

## **Puppy & Play**

Con respecto a las actividades similares como ir a un gimnasio, pertenecer a un club social, o recibir una capacitación sobre las razas y cuidados de las mascotas dan un valor final de \$170.00 al mes que representa el 16,25% del ingreso promedio urbano en el Ecuador.

Finalmente cabe destacar otro ahorro que tendría el padre de familia al optar por realizar la fiesta de cumpleaños de su hijo en estas instalaciones, si lo comparamos con otros lugares de entretenimiento como Play Zone tendríamos un ahorro de hasta el 30%.

También se debe tomar en cuenta el evitarse la pena que genera dejar a la mascota sola cuando la familia sale de viaje o el tener que eximirse de realizar otras actividades por no abandonar a la mascota sola en casa.

Además de lo económico también existen otros beneficios al interactuar con una mascota, como son la disminución del estrés, el ayudar a combatir la soledad, mejorar el estado físico, crear vínculos afectivos y la asunción de responsabilidades, especialmente en los más pequeños.

Puppy & Play S.A no solo da una opción para el esparcimiento de las familias, otro de los aspectos distintivos que se ofrecen en este modelo de negocio son los beneficios para la salud de las personas y especialmente de los niños. En 1991 James Serpell publicó en el Journal of The Royal Society of Medicine, el estudio “Efectos beneficiosos en los propietarios de mascotas en varios aspectos de la salud y comportamientos humanos”, de ese trabajo se concluyó que existen menores problemas de salud en los propietarios de mascotas ya que se aumenta la autoestima y se realiza más ejercicio. Zamarra San Joaquín (2002) define varios beneficios para niños y adolescentes al interactuar con mascotas, como por ejemplo “Estimulación para el desarrollo psicomotor y del lenguaje. Mejor comunicación no verbal y más altos niveles de autoestima, popularidad y competencia social. Menos miedo y más sentimientos positivos en niños que han crecido con animales<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Zamarra San Joaquin. (2002). Terapia Asistida por animales de compañía. Bienestar para el ser humano. ENERO 25, 2016, de El Médico Interactivo Sitio web: <http://www.elmedicointeractivo.com/ap1/emiold/publicaciones/ctrosalud2002/3/143-149.pdf>

## **2.8 Componentes claves del modelo de negocio**

El segmento de clientes al cual se dirigirá el parque son los padres de familias con hijos en edad escolar (de 5 a 12 años), que no tengan por diversas razones mascota en su hogar y que vivan en zonas residenciales, en este caso en Vía a Samborondón, este segmento se obtuvo de las encuestas realizadas en los centros comerciales y ciudadelas como población meta para este proyecto. Ver Anexo 5 Formato de Encuesta.

La relación con los clientes será directa, en primer lugar el niño recibirá una capacitación por parte de un empleado sobre la raza que eligió y su cuidado dentro del parque, luego durante todo el tiempo de estadía en las instalaciones será supervisado para su seguridad y la del cachorro.

La manera de llegar a nuestros potenciales clientes será mediante anuncios en las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc., entrega de volantes en la calle y visitas a las escuelas del sector para capacitación y presentación de las mascotas a los estudiantes e invitándolos a asistir a las instalaciones.

Una de las actividades clave para el funcionamiento de Puppy & Play S.A es el cuidado tanto en la parte de alimentación y salud como en la parte estética del animal que influirá en la elección y aceptación de la mascota.

En segundo lugar está la presencia y capacitación que poseen los empleados para instruir en el cuidado de la mascota como el manejo de situaciones especiales que podrían surgir durante la estadía del niño.

Otra actividad importante es el cuidado, mantenimiento y limpieza de las instalaciones, sobre todo de la forma que se va a manejar los desperdicios y las heces fecales de los animalitos para estar de acuerdo con las leyes ambientales.

Finalmente es importante el abastecimiento de productos que se van a vender dentro del parque, ya sea en el bar para consumo de los visitantes, como en el local de recuerdos que visitaran los padres con sus hijos.

Para el óptimo funcionamiento de parque se necesitará de recursos claves como el tener cachorros de raza en perfectas condiciones.

## **Puppy & Play**

Por supuesto el personal entrenado y capacitado que proyectará confianza y supervisará a los visitantes, finalmente los insumos necesarios para la diaria alimentación de los cachorros, como también sus medicinas.

Un aliado clave será al principio los criaderos de mascotas que nos abastecerán de animales de razas, ya que luego obtendremos las nuevas camadas mediante nuestros cachorros.

También es importante tener como aliados a las instituciones protectoras de animales, ya que podrían hacer presencia en las instalaciones con stand de concientización y cuidado de los animales, que daría al parque una mejor imagen con respecto a su preocupación por las mascotas.

Otros aliados claves se encontrarán en las compañías de ventas de productos alimenticios y de medicina para animales que promocionarán sus productos y nos abastecerán a buen precio mediante estrategia de los insumos necesarios, como también podrían contribuir con el mantenimiento temático del parque. Por último se necesitará la relación con las importadoras que suministren al parque de los productos de venta en el bar como la de la tienda de recuerdos.

La estructura de costos de Puppy & Play S.A se encontrará en los gastos que incurran en la adquisición de las mascotas, su alimentación y medicina, los sueldos de los empleados tanto administrativos como operativos, alquiler del terreno donde funcionará el parque, la adquisición de víveres y recuerdos y finalmente el pago de los servicios básicos como agua, luz e internet.

Todos estos gastos serán cancelados por el flujo de dinero que ingresan por la venta de entradas, las entradas se cobrarán por persona, tanto a padres como a hijos, venta de víveres del bar, venta de recuerdos y el alquiler del local para la realización de fiestas temáticas para los niños.

## **2.9 Investigación de mercado**

### **Problema de decisión gerencial:**

¿Es pertinente crear un parque recreativo en donde las familias interactúen con animales domésticos tales como los perros?

**Problema de investigación de mercado:**

¿Los padres de familia estarán dispuestos a llevar a sus hijos a un parque recreativo que cuenta con perros para su diversión y esparcimiento?

**Objetivo general:**

Determinar si la implementación de un parque recreativo con perros sería aceptada por los habitantes de la zona urbana de la parroquia La Puntilla en Samborondón.

**Objetivos específicos:**

- Conocer las características demográficas (lugar de residencia, sexo, número de hijos, edades, etc.) de la zona urbana de la Parroquia La Puntilla.
- Conocer cuánto de los ingresos familiares mensuales destinan para entretenimiento familiar los habitantes de la parroquia La Puntilla.
- Determinar el valor que estaría dispuesto a pagar para que sus hijos jueguen con mascotas.
- Forma de pago que utilizaría para ingresar al parque.
- Conocer que tipos de mascotas (perros) prefieren que jueguen con sus hijos en el parque.
- Establecer la cantidad o periodicidad que tendrían las familias para utilizar el parque.
- Conocer el tipo de actividades que le gustaría realizar en el parque con la mascota.

**Definición de la población meta:**

Nuestra población meta serán todas las personas jefes de familia que habitan en zonas residenciales de clase media-alta, con hijos en edad escolar menores de 12 años y que debido a sus ocupaciones o limitaciones de espacio en sus hogares no tienen la posibilidad de tener una mascota en su vivienda.

Actualmente, hay 60.241<sup>23</sup> habitantes que viven en la zona urbana de la parroquia La Puntilla.

---

<sup>23</sup>[http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/0960001460001\\_PDOT%202015-2019\\_16-03-2015\\_21-13-58.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/0960001460001_PDOT%202015-2019_16-03-2015_21-13-58.pdf)

**Determinación del marco muestral:**

El marco muestral se enfocará en los hogares con hijos menores a 12 años que se encuentran ubicados en la vía a Samborondón

**Selección de técnica de muestreo:**

Se ha escogido la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, de tal manera de que todos elementos que conforman el universo tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

**Trabajo de campo - alcance geográfico:**

El trabajo de campo se realizará en el sector de Vía a Samborondón desde la Puntilla hasta el kilómetro 10.

**Estimación de la muestra:**

Para la calcular nuestra población N primero encontramos el número de personas que habitan en la zona urbana de Samborondón, luego segmentamos a 11,2% que pertenece a la clase media-alta, continuamos con el 20,2% que representan a las familias con hijos menores de 12 años y finalmente con un 90% de familias que no poseen mascota (perro) en su casa llegamos a la población requerida.


Población Urbana de Vía a Samborondón	60.241 personas
Clase media – alta con un 11,2%	6.747
Familias con hijos menores de 12 años un 20,2%	1.363
Familias que no poseen mascota en su hogar 90%	1.227

Tabla 2.

**Definición del tamaño de la muestra**

Utilizando una población de 1227 y aplicando la calculadora de RAOSOFT obtenemos un tamaño de muestra de 293 con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.





What margin of error can you accept? 5% is a common choice	<input type="text" value="5"/> %
What confidence level do you need? Typical choices are 90%, 95%, or 99%	<input type="text" value="95"/> %
What is the population size? If you don't know, use 20000	<input type="text" value="1227"/>
What is the response distribution? Leave this as 50%	<input type="text" value="50"/> %
Your recommended sample size is	<b>293</b>

Figura 1

Otro método que se puede usar para estimar el tamaño de la muestra es aplicando la siguiente fórmula:

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

En donde:

N: Población = 1227

Z: 1,96 para un nivel de confianza del 95%

$e = 0,05$  nivel de error

$\sigma$ : Desviación Estándar 0,5

Obtenemos un tamaño de muestra “n” igual a  $292.7 = 293$ .

## **Análisis de los resultados de la encuesta**

Realizando un análisis general de los encuestados se obtienen las siguientes conclusiones:

- En la clase media-alta del sector de vía a Samborondón, de las familias con hijos menores de 12 años, el 90,3% no posee perro en sus hogares.
- El 65,9% de las personas que respondieron las encuestas son hombres.
- El 88,1% de las personas encuestadas está en el rango de edad superior a los 30 años.
- El 89,6% de las personas entrevistadas tienen 1 o 2 hijos menores de 12 años, los cuales serían los clientes potenciales del parque.
- El 67,4% de las personas viven en casas y el 32,6% en departamentos.
- La mayoría de los habitantes de la zona urbana de la vía a Samborondón se encuentra entre los kilómetros 1 al 6 con un porcentaje de 66,3%.
- La falta de tiempo con un 37,4% es la razón principal por la cual las personas no tienen mascota en sus viviendas y la falta de espacio es la segunda causa con un 34,8%
- Mientras que para el presupuesto de diversión y esparcimiento con la familia en forma general, el mayor porcentaje se encuentra entre el \$101 y \$300 con 55,9%, en el presupuesto al aire libre el mayor porcentaje se encuentra en valores menores a \$100 con un porcentaje de 59,6%.
- El parque Puppy & Play tiene una aceptación del 96,3%, de las 299 personas entrevistadas.
- Las razas más aceptadas son el Beagle y el Pastor Alemán, seguidas en igual aceptación por el Schnauzer, Cocker Spaniel, Dalmata, French Poodle y el Collie.

## **Puppy & Play**

- Los sábados y los domingos son los días preferidos por las personas para asistir al parque, con un total del 96% de elección.
- El 87,3% de las personas asistiría al parque al menos 1 o 2 veces al mes.
- La cantidad de integrantes por familia que asistiría al parque sería principalmente entre 3 y 4 personas.
- En la mañana y en la tarde serían los horarios más adecuados para que el parque funcione debido a que el 94,2% de las personas eligieron estas dos opciones.
- El costo del parque debería ser de \$5, debido a que las personas prefieren asistir en familia y participar en las actividades del parque.
- Los padres de familia prefieren cancelar con tarjeta de crédito en un 64% que en efectivo con un 36%.
- Las actividades que más disfrutarían los visitantes del parque serían el concurso de disfraces (19,2%), seguido por las carreras de cachorros (15%), canicross (13,5%), el discdog (12,7%) y la carrera de obstáculos (12,3%).
- Los gráficos pueden ser revisados en el anexo 6.

## **3. ANÁLISIS FODA**

### **Fortalezas:**

- Pioneros en el mercado con el concepto de un parque recreativo de mascotas.
- Personal capacitado tanto para el cuidado de las mascotas como en la atención de los visitantes.
- Instalaciones adecuadas para la comodidad y seguridad de los visitantes.

## **Puppy & Play**

- Ubicación privilegiada con respecto al acceso desde la calle principal de vía a Samborondón.

### **Oportunidades:**

- Aumento en la concientización del maltrato a los animales.
- Aplicación de leyes que protejan a los animales como la Ley Loba que se tramita en la Asamblea Nacional.
- Alianzas estratégicas con empresas que se encuentren relacionadas con la industria de las mascotas.

### **Debilidades:**

- Desconocimiento de la marca por ser un servicio nuevo en el mercado.
- La utilización del parque sea visto como una situación de moda y que con el tiempo disminuya el interés de los clientes por el servicio.
- El financiamiento para la construcción de la infraestructura necesaria para el parque.

### **Amenazas:**

- Ingreso de competidores potenciales directos por parte de nuestros proveedores.
- Que el servicio sea visto por las instituciones protectoras de animales como una explotación de las mascotas.
- Actual recesión económica en el país, que se priorice los gastos en los hogares relegando los de entretenimiento.

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 Objetivo del Marketing**

Posicionarse como el primer parque recreativo de mascotas existente en el país, en el cual la seguridad tanto de las mascotas como de los visitantes sea una prioridad y de esta manera las familias experimenten un momento agradable, repetible e inolvidable.

## **4.2 Mercado Objetivo**

La población urbana que vive en vía a Samborondón es de 60.241 personas, que pertenecen a las ciudadelas que se encuentran a lo largo de la vía principal.

El mercado objetivo al cual se enfocará el parque son los padres de familia que viven en zonas residenciales, pertenecientes al nivel socioeconómico medio – alto con niños en una edad comprendida entre 5 y 12 años y que no posean mascotas (perro) en sus hogares.

## **4.3 Segmentación seleccionada**

Con una población urbana en vía a Samborondón de 60.241 personas, se dividirá según datos del INEC en los que pertenecen a la clase media – alta con un 11,2% dando un valor de 6.747 personas, de ahí se segmenta a los que poseen hijos menores a 12 años con un 20,2% con un resultado de 1.363, llegando a una segmentación final con las familias que no posean mascota (perro) del 90%, teniendo un valor final de 1.227 personas.

## **4.4 Posicionamiento**

Lograr posicionar la marca Puppy & Play en los próximos 3 años en la mente de nuestro segmento objetivo entre los primeros lugares de elección para pasar un momento familiar y de esparcimiento junto con mascotas.

## **4.5 Estrategia y Programa de Marketing**

### **Estrategia de Precios**

Después del análisis de investigación de mercado, se determinó que el precio seleccionado para la entrada al parque es de \$5 por persona, cuyo pago será al contado, en su mayoría con tarjeta de crédito, el valor incluye todo el tiempo que el visitante permanezca en el parque, cabe recalcar que con la presentación de dos tickets de entrada, podrá pedir prestado un cachorro de perro de la raza que elija durante una hora, con la posibilidad de renovar el préstamo del animalito.

**Puppy & Play**

A continuación se presenta el Punto de Equilibrio:

<b><u>COSTOS FIJOS</u></b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo de personal	\$ 92,314	\$ 95,779	\$ 99,375	\$ 103,105	\$ 106,975
Alquiler de Local	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000
Publicidad	\$ 3,600	\$ 3,741	\$ 3,888	\$ 4,040	\$ 4,198
Servicios Básicos	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600
Impuestos locales	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
Depreciación Activos Fijos	\$ 21,985	\$ 21,985	\$ 21,985	\$ 19,261	\$ 19,261
Gastos Financieros	\$ 31,929	\$ 31,929	\$ 31,929	\$ 31,929	\$ 31,929
Gastos remodelación instalaciones	\$ 2,400	\$ 2,494	\$ 2,592	\$ 2,693	\$ 2,799
Seguros	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
Guardianía	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000
<b>Total</b>	<b>\$ 219,828</b>	<b>\$ 223,528</b>	<b>\$ 227,368</b>	<b>\$ 228,627</b>	<b>\$ 232,761</b>
<b><u>COSTOS VARIABLES</u></b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia Prima e insumos	\$ 64,200	\$ 66,715	\$ 69,327	\$ 72,043	\$ 74,864
Mantenimiento instalaciones	\$ 3,600	\$ 3,741	\$ 3,888	\$ 4,040	\$ 4,198
Varios	\$ 1,800	\$ 1,800	\$ 1,800	\$ 1,800	\$ 1,800
<b>Total</b>	<b>\$ 69,600</b>	<b>\$ 72,256</b>	<b>\$ 75,015</b>	<b>\$ 77,883</b>	<b>\$ 80,862</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Volumen de venta (Unitarios)	57,600	56,794	55,998	55,215	54,442
Precios de venta (Unitarios)	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Ventas al 100%	\$ 288,000	\$ 283,968	\$ 279,992	\$ 276,073	\$ 272,208
Otras ventas	\$ 43,200	\$ 42,595	\$ 41,999	\$ 41,411	\$ 40,831
<b>Ventas totales</b>	<b>\$ 331,200</b>	<b>\$ 326,563</b>	<b>\$ 321,991</b>	<b>\$ 317,483</b>	<b>\$ 313,039</b>
Numerador	\$ 219,828	\$ 223,528	\$ 227,368	\$ 228,627	\$ 232,761
Denominador %	78.99	77.87	76.70	75.47	74.17
<b>PE en unidades monetarias</b>	<b>\$ 278,314</b>	<b>\$ 287,038</b>	<b>\$ 296,427</b>	<b>\$ 302,943</b>	<b>\$ 313,827</b>
% de cap. Para cubrir el PE	84.03	87.90	92.06	95.42	100.25

Tabla 3

## Estrategia de Venta

Aunque los clientes potenciales son los padres de familia, los verdaderos usuarios son los niños que influyen en la toma de decisión para la salida con la familia, es por esto que se visitará a las escuelas del sector para mediante una charla sobre las diferentes razas y cuidados de los cachorros se promocionará el parque con volantes que serán entregadas a los niños de cada escuela para que sean presentados a los padres de familia.

## Estrategia Promocional

A parte de las visitas a las escuelas, la promoción del parque se realizará mediante las redes sociales, volantes y en la página web de la empresa, donde se especificará las siguientes promociones:

- Descuentos por feriados o días especiales.
- El niño que cumpla años puede entrar gratis.
- El padre de familia que asista al parque con un tercer niño tendrá un descuento del 10%.

El Logotipo de Puppy & Play S.A es el siguiente:



Figura 2

Y las volantes que se utilizarán para visitar los centros educativos para capacitación y promoción serán las siguientes:



Figura 3

Volante para Promoción  
Tamaño A5 (21 x 15 cm.)

A continuación se encuentra el presupuesto publicitario anual:

PRESUPUESTO PUBLICITARIO ANUAL	
Diario Sambocity, (1semana/ 1 año)	\$ 600
Cuña radial (6 veces por día/ durante una año)	\$ 620
Publicidad ATL	\$ 1,220
Publicidad BTL	\$ 1,500
Piezas Graficas (50.000 volantes a color A5)	\$ 880
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,600</b>

Tabla 4



## **Estrategia de Distribución**

El servicio del parque es dirigido al usuario final en un lugar específico, por lo cual no requiere de un sistema de distribución, ya que ofrece su servicio en un espacio físico al cual acuden los clientes.

## **Políticas de Servicios**

Como existe una preocupación por el bienestar de los niños dentro del parque por parte de los padres se hará énfasis en la seguridad que tendrán los visitantes dentro del parque. Esto estará afianzado con la preparación y comportamiento de los empleados que generarán tranquilidad en los padres de familia; para esto la selección del personal que compartirá con los niños será muy importante. Además el parque contará con un seguro contra cualquier situación que se presente con los niños y los animales dentro de las instalaciones.

Para acceder a los servicios del parque se dispondrá de la posibilidad de comprar entradas a través de llamada telefónica, por medio de la página web y por supuesto directamente en las ventanillas del parque.

## **Tácticas de Ventas**

La visita a las diferentes escuelas para la promoción del parque se hará mediante la presencia de nuestro veterinario y uno de sus ayudantes o personal de apoyo, los cuales llevarán algunos cachorros para las charlas de explicación y cuidado de las diferentes razas, estas charlas concluirán con un momento de esparcimiento con los cachorros y la entrega de volantes que serán llevadas a sus padres para la promoción del parque. También se organizará con las escuelas visitas al parque de los estudiantes con descuentos especiales.

El parque tendrá acuerdos con los distribuidores de alimentos y medicina para mascotas en cuestión de precios y promoción; se permitirá la presencia de propaganda de estas compañías dentro del parque con el fin de que estas ayuden a la decoración y promoción de eventos especiales como desfiles de perros o caminatas.

## 5. ANÁLISIS TÉCNICO

### 5.1 Análisis del Servicio

#### Cronograma de desarrollo

- Ubicación y alquiler del terreno donde funcionara el parque.
- Tramite de legalización de Puppy & Play S.A
- Construcción de la infraestructura donde estarán las oficinas, bar, tienda de recuerdos, lugar donde habitarán las mascotas y el parque recreativo.
- Equipamiento del lugar y abastecimiento de materiales para el funcionamiento del parque.
- Selección del personal que laborará en el parque y su respectiva capacitación.
- Apertura del parque.

#### Pruebas del servicio

Antes de la apertura oficial se realizará una invitación a través de las redes sociales a los padres de familia para que asistan con sus hijos a una pre-inauguración del establecimiento con la finalidad de verificar el estado y la logística del parque, para tomar las observaciones necesarias y hacer las correcciones.

### 5.2 Facilidades

#### Ubicación geográfica de la empresa

Puppy & Play S.A estará ubicada en la Avenida Samborondón en el km. 4.5 donde antes se encontraba el parque de diversiones “River Park”. Se eligió este lugar por el acceso directo desde la vía principal, su ubicación estratégica en el centro de la avenida y por el reconocimiento del lugar por parte de los clientes con el anterior parque de diversiones, dará una ventaja en la ubicación.

## Puppy & Play

Contará con un terreno aproximado de 2.600 m<sup>2</sup>., los cuales estarán distribuidos entre las oficinas, el bar, la tienda de recuerdos, servicios higiénicos, el lugar donde habiten las mascotas y por supuesto el área donde jugarán cachorros y niños.

Puppy & Play S.A contará con una entrada en la cual se encuentran las boleterías y una salida que comunicará a los parqueaderos.



Figura 4

### 5.3 Equipos y maquinarias

Las oficinas estarán equipadas de escritorios con sus sillas, archiveros y computadoras; en el bar un congelador para las bebidas, un horno para calentar hot-dog, hamburguesa y pizza; existirá también una caja registradora en el bar, la boletería y la tienda de recuerdos respectivamente.

En el lugar donde habiten las mascotas se encontrarán todos los utensilios necesarios para el hospedaje, la alimentación y cuidado de los mismos.

Esta es la forma como estará distribuido el sector de las oficinas de administración, boletería, bar, tienda de recuerdos, habitad y entrega de mascotas, y los baños para el público.



Figura 5

El sector de juegos donde los niños compartirán con la mascota se encuentra en un área de césped natural del tamaño aproximado de una cancha de futbol 5, en la cual habrá juegos de agilidad, salto, competición, entre otros. Como también contará con señalización, banderines perimetrales, bancas y todo lo necesario para que las personas puedan interactuar de forma segura con las mascotas.

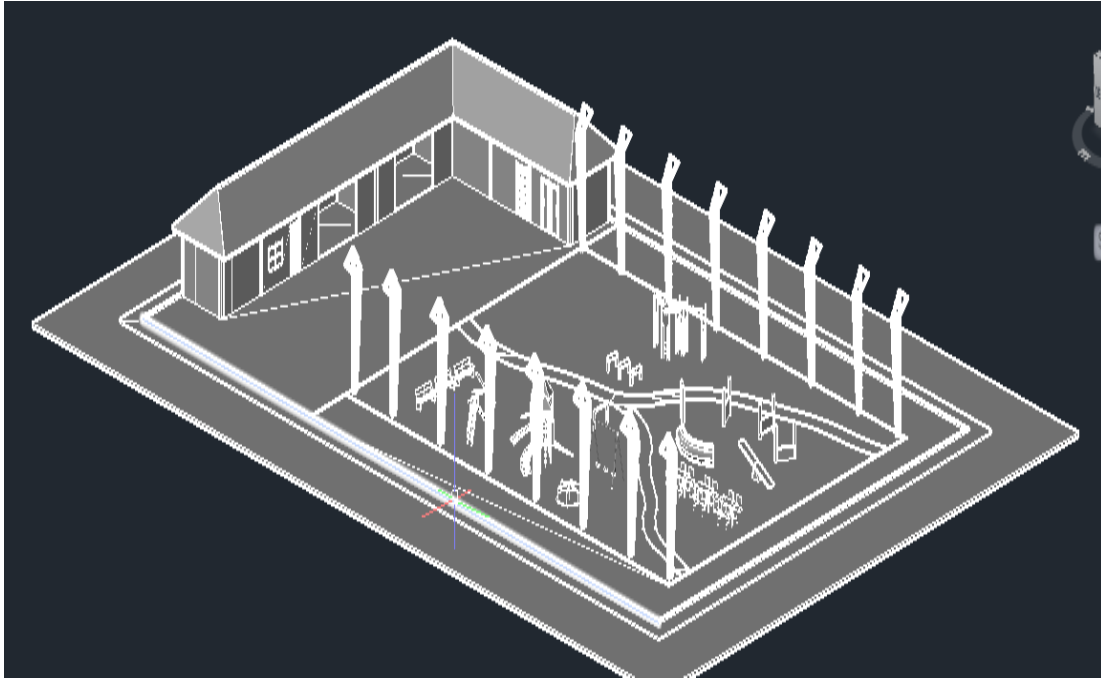


Figura 6

#### 5.4 Distribución de la Planta

En la parte frontal se encontrará las oficinas, el bar, la tienda de recuerdos, el lugar donde habitan las mascotas y los baños todo esto en una infraestructura en forma de L; continuando con el parque se llega al lugar donde los niños juegan con las mascotas cuyo ingreso se hará por la parte central, existiendo dos entradas a los lados y una de salida en la parte posterior, este sector tendrá una cubierta que protegerá a los visitantes y los cachorros del sol y la lluvia.

Se estima que el área de oficinas, bar, tienda de recuerdos, lugar donde habitan las mascotas y área social será aproximadamente de 1.350 m<sup>2</sup>., mientras que el área de juegos tendrá un tamaño de 1.250 m<sup>2</sup>.

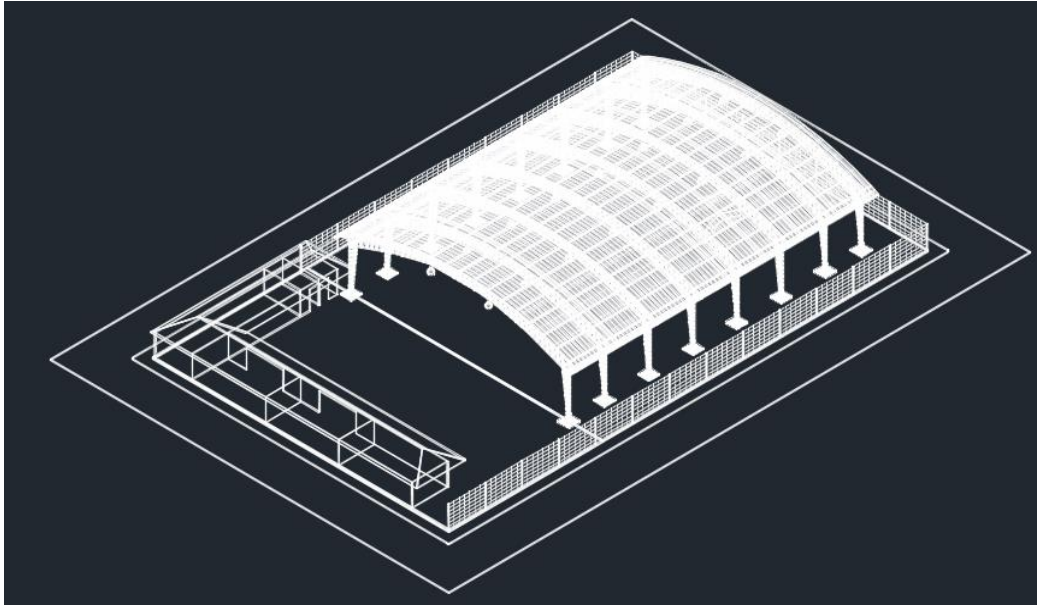


Figura 7

### Tipo de construcción

La infraestructura se hará bajo la asesoría técnica de un ingeniero civil que ayudará a optimizar los recursos para la construcción del parque. Se instalará aire acondicionado en la oficina y en la sala donde se entreguen las mascotas, las demás instalaciones tendrán ventilador de tumbado. Se construirá un área para servicios higiénicos diagonal al bar para los visitantes; la oficina contará con su propio servicio, como también existirá uno para la persona que cuide a las mascotas.

A continuación se presenta el plano del parque Puppy & Play:

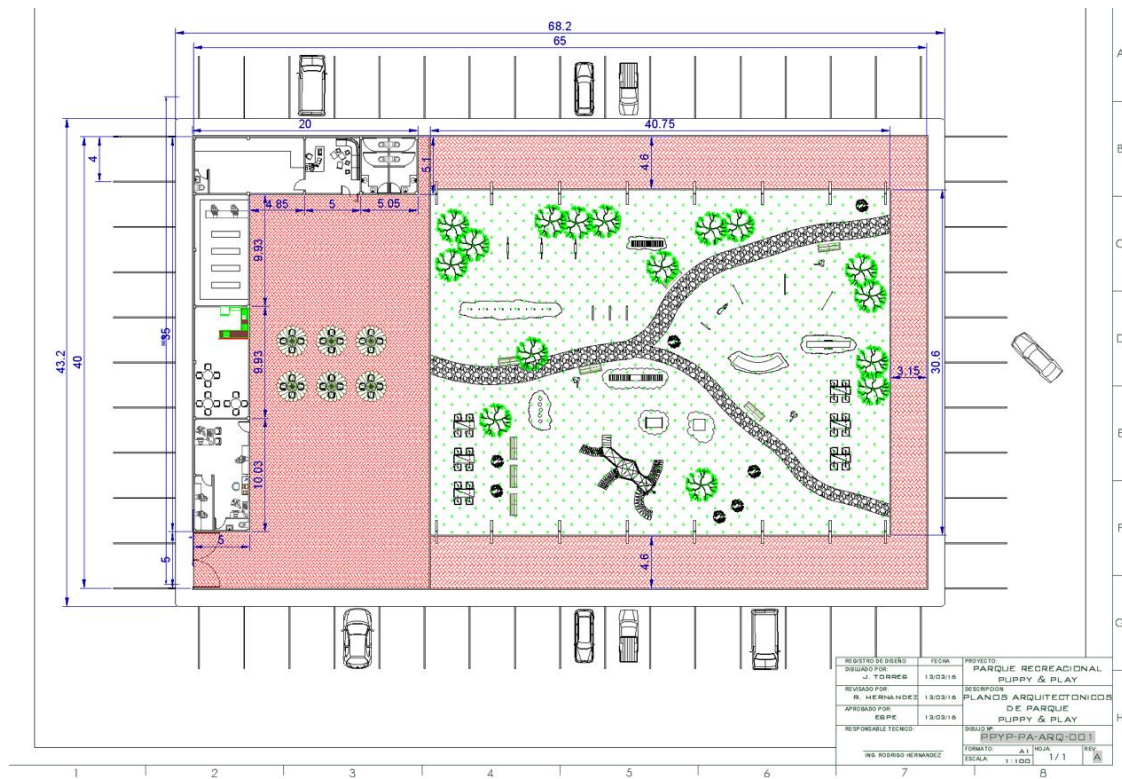


Figura 8

## 5.5 Sistema de Control

Los empleados de Puppy & Play S.A tendrán conocimiento del reglamento interno de la empresa, como también la forma de actuar ante cualquier percance que ocurra tanto sobre la seguridad del niño como de la mascota. Todo esto será monitoreado por cámaras que serán proporcionadas por la empresa contratada para la seguridad, para tener respaldo de cualquier anomalía que se presente.

Antes de entregar la mascota al niño, recibirá una capacitación sobre el cuidado de la mascota y será advertido que al no cumplir con las disposiciones de la empresa se le retirará la mascota por seguridad de ambos.

Los guardias impedirán el ingreso de bebidas alcohólicas, como el de personas en estado etílico a las inmediaciones del parque.

## **6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO**

### **6.1 Grupo Empresarial**

El grupo empresarial estará conformado de 12 colaboradores, de los cuales 10 serán personal operativo o administrativo y 2 pertenecerán al personal directivo. El personal directivo estará encargado de la toma de decisiones, desarrollará estrategias y determinará las inversiones necesarias para la empresa; mientras el personal operativo se encargará del correcto funcionamiento de las instalaciones del parque.

Los inversionistas ayudarán con ideas para el posicionamiento y avance de la empresa, especialmente en el incremento de asistentes al parque.

### **6.2 Personal Ejecutivo**

El personal directivo estará conformado por los dos accionistas, los que ejecutarán funciones de direccionamiento y liderazgo de la empresa.

Las funciones de ellos serán:

#### **Gerente General**

Es el representante legal y se encargará de la planeación y desarrollo de metas a corto y largo plazo, también realizará evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los demás colaboradores. Estará a cargo de celebrar contratos de la empresa, como de la selección y capacitación de los aspirantes a trabajadores.



## Gerente Financiero

Se encargará de determinar el monto apropiado de fondos que debe manejar la organización (su tamaño y su crecimiento), definir el destino de los fondos hacia activos específicos de manera eficiente. Y obtener recursos de capital en las mejores condiciones posibles, determinando la composición de los pasivos.

### 6.3 Organización

La estructura organizacional utilizada en la empresa será la tradicional, encabezada por un Gerente General seguido por un Gerente Financiero y un Administrador. El estilo será participativo, lo que significa que cualquier colaborador podrá sugerir cambios, pero la decisión final recaerá en el Gerente General.

#### Estructura Organizacional:

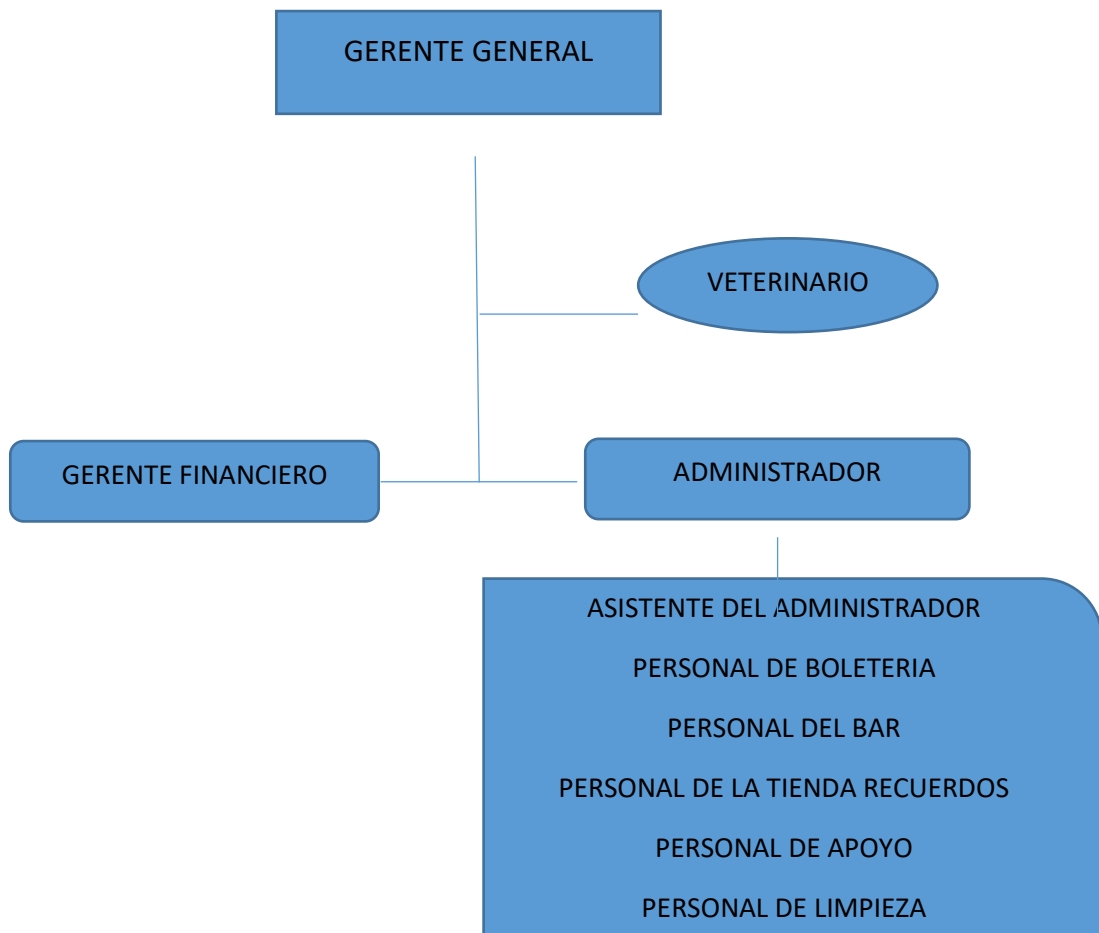


Figura 9

## 6.4 Empleados

### Mecanismo de selección, contratación y desarrollo.

- Se llenará la hoja de requerimiento de personal por parte del Administrador, la cual será aprobada por el Gerente General.
- El Administrador pondrá a conocimiento de la comunidad la vacante del puesto mediante los medios de comunicación, redes sociales, páginas web de reclutamiento, etc., para receptar las hojas de vida de los aspirantes.
- El Administrador escogerá entre las mejores opciones y organizará las entrevistas con el Gerente General.
- Finalmente en una reunión entre el Gerente General y el Administrador escogerán al mejor prospecto para el puesto.

### Programas de Capacitación

- El empleado seleccionado deberá asistir a una capacitación por parte del Gerente General y luego con el Administrador.
- Esta capacitación tendrá una duración de 5 días, en la cual el nuevo empleado se familiarizará con sus funciones y sus compañeros de trabajo.

### Necesidades Cuantitativas

El personal que colaborará en Puppy & Play está conformado por 10 personas destinadas a la parte administrativa y operativa, las cuales detallamos sus funciones en la tabla siguiente:

<b>Cargo del personal</b>	<b>Numero de Colaboradores</b>
Administrador	1
Asistente del administrador	1
Veterinario	1
Personal de boletería	1
Personal del bar	1
Personal de la tienda de recuerdos	1
Personal de apoyo	2
Personal de limpieza	2
<b>TOTAL PERSONAL OPERATIVO</b>	<b>10</b>

Tabla 5

## **Necesidades Cualitativas**

### **Administrador**

#### **Perfil:**

- Edad, de 30 a 40 años.
- Título de tercer nivel en Administración de Empresas.
- Experiencia mínima de 5 años en la administración de negocios.

#### **Funciones:**

- Revisión del cuidado físico y limpieza de las instalaciones del parque.
- Supervisión del correcto cuidado de la parte estética y de salud de las mascotas.
- Controlar del buen desempeño del personal en general.
- Mantener un adecuado clima laboral.
- Hacer cumplir los horarios de los empleados.
- Notificar al Gerente General cualquier novedad existente en el parque.
- Revisar los controles de suministros del bar, tienda de recuerdos, como de los insumos de alimentación y medicinas de las mascotas.
- Planificar las ventas en coordinación del Gerente Financiero.

## **Asistente del Administrador**

### **Perfil:**

- Edad mínimo 20 años.
- Estudiante de carrera Administrativa, contabilidad o afín a su puesto.
- Experiencia no necesaria.

### **Funciones:**

- Ayudar en la parte administrativa y contable del parque.
- Estar a las órdenes del Administrador para cualquier función que le designe.

## **Veterinario**

### **Perfil:**

- Edad, 30 años en adelante.
- Título de Veterinario aprobado por la Senesyct.
- Experiencia mínima de 5 años en su profesión.

### **Funciones:**

- Estar a cargo de la salud y estética de las mascotas.
- Presentar los requerimientos de inventario de los productos para la alimentación y medicinas de las mascotas.
- Dar asesoría al personal de apoyo sobre los cuidados y razas de las mascotas del parque.
- Resolver cualquier situación de emergencia que se presente con los animales o con los niños.
- Realizar visitas promocionales a las diferentes escuelas del sector, con el personal de apoyo y mascotas.

## **Personal de boletería**

### **Perfil:**

- Edad, de 25 a 30 años.
- Título de bachiller, si es posible estudiante universitario de comercio o administración.

## **Puppy & Play**

- Experiencia mínima de 2 años en el manejo de boletería y administración de efectivo.

### **Funciones:**

- Recepción de manera cordial a los padres de familia y a sus hijos.
- Cobro de efectivo de las entradas, como la entrega de Boucher cuando se pague con tarjeta de crédito.
- Entrega de las entradas para el parque y las facturas correspondientes.
- Cuadros de caja.
- Preparación de reportes diarios de ventas que serán revisados por el Administrador.

## **Personal del bar**

### **Perfil:**

- Edad, entre 25 y 30 años.
- Experiencia en la preparación de comidas rápidas y venta de snacks.
- Experiencia mínima de 3 años en atención en bar a clientes.

### **Funciones:**

- Recibir amablemente a las personas que asistan al bar.
- Preparación de comidas rápidas.
- Venta de “snacks” y bebidas.
- Control en el inventario de los alimentos y productos que se vendan en el bar.
- Notificar al Administrador cualquier novedad.

## **Personal de la tienda de recuerdos**

### **Perfil:**

- Edad, de 25 a 30 años
- Título de bachiller.
- Experiencia mínima de 3 años en atención al cliente.

### **Funciones:**

- Recibir cordialmente a las personas que asistan a la tienda de recuerdos.

## **Puppy & Play**

- Venta de recuerdos.
- Control de inventario y de ventas.
- Reporta directamente al Administrador.

## **Personal de apoyo**

### **Perfil:**

- Edad, de 18 a 25 años.
- Estudiante Veterinario, con facilidad de palabra y carisma.
- Experiencia en cuidados de cachorros de perros.

### **Funciones:**

- Capacitar a los niños sobre el tipo de raza elegida por ellos, como los cuidados de las mascotas dentro del parque.
- Permanecer atentos a los juegos de los niños con las mascotas e intervenir si es necesario.
- Ayudar al veterinario en sus funciones.
- Acompañar al Veterinario en las visitas promocionales a las escuelas del sector.

## **Personal de limpieza**

### **Perfil:**

- Edad, mínimo 20 años.
- Título de bachiller.
- Experiencia mínima de 1 año en la recolección de desperdicios y limpieza.

### **Funciones:**

- Mantenimiento del parque en las instalaciones internas y externas.
- Recolección de desperdicios y ubicación en los lugares designados.
- Limpieza diaria de los baños, oficinas y habitad de las mascotas.

## **6.5 Organizaciones de Apoyo**

Las organizaciones que apoyarán a Puppy & Play S.A serán los bancos, compañías de seguros, asesores legales, organismos no gubernamentales, compañías auspiciantes y empresa de seguridad.

Los bancos estarán encargados de proveer préstamos para el mejor manejo del parque, las compañías de seguro nos darán la tranquilidad que se necesita ante cualquier inconveniente que se presente con los niños dentro del parque; siempre estaremos en contacto con nuestros asesores legales, el contacto con las ONG es muy importante ya que será un escudo para cualquier mal entendido que se refiera con la explotación de las mascotas; las compañías proveedoras de alimento y medicina nos ayudarán con la decoración del parque, en un canje a su promoción y finalmente la empresa de seguridad que resguardará las instalaciones del parque.

## **7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL**

### **7.1 Aspectos Legales**

Puppy & Play S.A se establece como una sociedad anónima, cuya razón social será Puppy & Play S.A., con dos socios o accionistas quienes realizarán un aporte del 50% de capital cada uno.

De acuerdo al artículo 146 de la ley de compañías, la conformación de una sociedad anónima se realizará mediante escritura pública, previo mandato de la superintendencia de compañías y será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía tendrá existencia y personería jurídica desde el momento de su inscripción.

El Registro oficial #249 de la ley Orgánica para el Fortalecimiento Societario y Optimización del sector societario y bursátil publicado el 20 de mayo del 2014 dio paso a un proceso simplificado de constitución de compañías de una manera más rápida y de forma electrónica en la página web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec) que corresponde a la Superintendencia de Compañías, en la cual se establecen los pasos para contar con el contrato de compañía, los nombramientos de representante legal, inscripciones en el Registro Mercantil y la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC).

## **Puppy & Play**

Con este sistema de constitución electrónica de empresas el tiempo de constituir una compañía será de 2 días a un costo de \$200<sup>24</sup>.

En cuanto a las restricciones legales que podrían aplicarse al parque por el uso de mascotas, se investigó en el GAD Municipal de Samborondón e indicaron que actualmente es competencia de ellos proteger el bienestar de los animales domésticos.

Explicándole a los funcionarios del GAD el modelo de negocio determinaron que no se cometería una infracción de tipo penal o administrativa, ya que los cachorros estarían supervisados por un profesional.

En este momento se encuentra en primera plenaria de la Asamblea Nacional la Ley LOBA (Ley Orgánica de Bienestar Animal) en caso de ser aprobada la competencia seguirá siendo de los GAD municipales y metropolitanos.

En el caso de que existiera algún perjuicio a algún animal dentro del parque podrían aplicarle al Parque el artículo 249 del Código Orgánico Integral Penal: “Maltrato o muerte de mascotas o animales de compañía.- La persona que por acción u omisión cause daño, produzca lesiones, deterioro a la integridad física de una mascota o animal de compañía, será sancionada con pena de cincuenta a cien horas de servicio comunitario. Si se causa la muerte del animal será sancionada con pena privativa de libertad de tres a siete días. Se exceptúan de esta disposición, las acciones tendientes a poner fin a sufrimientos ocasionados por accidentes graves, enfermedades o por motivos de fuerza mayor, bajo la supervisión de un especialista en la materia.”<sup>25</sup>

Igualmente en la Ley LOBA también se establecen sanciones para regular el cuidado de los animales, por lo tanto en el momento en el que esta Ley sea aprobada por la Asamblea Nacional, Puppy & Play deberá tener en cuenta el artículo 65:

“Sanciones administrativas.- Las infracciones administrativas leves serán sancionadas con multas equivalentes entre el 50% y hasta 2 remuneraciones básicas unificadas”<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> <http://www.metroecuador.com.ec/entrevistas/constitucion-electronica-de-empresas-en-dos-dias-crear-tu-negocio/AzUniv---90izSVGe3vyLw/>

<sup>25</sup> Ministerio de Justicia (2014). Código Orgánico Integral Penal

<sup>26</sup> <http://loba.ec/sitio/index.php/ley-organica-de-bienestar-animal/proyecto-de-ley-completo?showall=&start=2>



Las infracciones administrativas graves serán sancionadas con multas equivalentes entre 2 y 5 remuneraciones básicas unificadas.

Las infracciones administrativas muy graves serán sancionadas con multas equivalentes entre 5 y 10 remuneraciones básicas unificadas”.

## **7.2 Aspectos de Legislación Urbana**

No existe ninguna reglamentación urbana o dificultad legal para el funcionamiento del negocio.

### **Trámites y permisos ante los organismos de gobierno**

#### **Implicaciones tributarias asociadas al tipo de sociedad**

- Declaración mensual de retenciones en la fuente.
- Declaración mensual de retenciones de IVA.
- Declaración anual de impuesto a la renta.
- Anexo (REOC (de las compras realizadas en el mes).
- Anexo de la relación de dependencia de los trabajadores.
- Calculo del anticipo de impuesto a la renta.

#### **Implicaciones laborales asociadas al tipo de sociedad**

- Cancelación mensual de planillas al IESS.
- Cancelación del decimotercero y decimocuarto sueldo y presentación de formularios al Ministerio de Trabajo.
- Participación de trabajadores que corresponde al 15% de las utilidades y presentación de formularios al Ministerio de Trabajo.
- Legalización de contratos en el Ministerio de Trabajo.
- Pago de liquidaciones de haberes y registro en el Ministerio de trabajo.

#### **Implicaciones comerciales asociadas al tipo de sociedad**

- Presentación de los balances a la Superintendencia de Compañías y pago de contribución.
- Pago de tasa de bomberos y su debida inspección.

## **Puppy & Play**

- Pago de la patente municipal.
- Tasa de habilitación.
- Pago del 1,5 x mil sobre los activos.
- Permisos de rótulos y certificados de usos de suelos.
- Pago del impuesto del 2 x mil sobre el capital.

### **Leyes especiales a su actividad económica**

- Ley de compañías y sus reglamentos.
- Ley Orgánica para el fortalecimiento Societario y Optimización del sector societario y bursátil.
- Ley del Régimen Tributario Interno y sus Reglamentos.
- Ley de Justicia Laboral.
- Ley de Seguridad Social.
- Código Orgánico Integral Penal.

## **8. ANÁLISIS AMBIENTAL**

De acuerdo al sistema único ambiental Puppy & Play S.A se clasifica como una actividad de “servicios de entretenimiento y recreación”, la cual no requiere de un licenciamiento ambiental, solo debe tramitar un Certificado Ambiental que no tiene costo y es entregado de forma inmediata por el Ministerio del Ambiente a través de su página web [http://suia.ambiente.gob.ec/catalogo\\_ambiental](http://suia.ambiente.gob.ec/catalogo_ambiental), ver Anexo 7.

Puppy & Play S.A no generaría un impacto ambiental relevante ya que no tendrá emisiones a la atmosfera, el nivel de ruido estará por debajo de los niveles máximos permitidos (< 80dB) y los efluentes del parque se enviarán al sistema de alcantarillado de la Municipalidad ya que cumplen con los parámetros establecidos en la Tabla 11 del Anexo 1 del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Secundaria, Medio Ambiente (TULSMA). En cuanto a la generación de residuos peligrosos, Puppy & Play S.A deberá registrarse como generador de este tipo de residuos, debido a que el veterinario realizará procedimientos propios de su actividad como la vacunación. Los otros desechos del parque son considerados como ordinarios, los cuales pueden ser entregados a la Municipalidad de Samborondón.

## 9. ANÁLISIS SOCIAL

La única posibilidad de rechazo por parte de la comunidad se produciría si Puppy & Play S.A no logra alinearse con los principios que defienden las ONGs, pero esto debe ser contrarrestado desde el comienzo con una buena relación y apoyo de las mismas.

Puppy & Play S.A deberá establecer alianzas estratégicas con ONGs defensoras de animales de tal forma que desde el inicio de sus actividades, la imagen del parque esté de acuerdo con el objetivo de preservar la integridad de los animales. Puppy & Play S.A tiene que percibirse como una organización que lucha por los derechos de los animales para disminuir la tasa de abandono y no como una empresa que se beneficia de ellos.

Puppy & Play S.A presenta un impacto social positivo al ofrecer una alternativa de esparcimiento y ocio que involucra una cultura de preservación de la salud y de integración familiar, contraria a la tendencia consumista e individualista que ofrecen otras opciones como las salas de video juegos o de cines.

En el análisis social se debe revisar nuevamente la propuesta de valor de este negocio, ya que Puppy & Play S.A genera un impacto positivo al disminuir problemas familiares que se presentan al tener una mascota en casa, los cuales pueden ser económicos o afectivos, los primeros por los altos costos de manutención de una mascota, los afectivos cuando las familias se ven obligadas a abandonar las mascotas por falta de tiempo o espacio.

El abandono de mascotas no solo afecta al círculo familiar sino que también genera un problema social, el crecimiento de la población de animales callejeros en las grandes ciudades del Ecuador se ha convertido en un problema para los gobernantes, animales arrollados por autos, problemas con la disposición de los residuos al ser una opción de alimentación para los animales, riesgo para los ciudadanos de contraer enfermedades por causa de una agresión de un animal, solo por mencionar algunos problemas asociados a los animales abandonados.

## 10. ANÁLISIS ECONÓMICO

### 10.1 Inversión en Activos Fijos

El proyecto de Puppy & Play se realizará en un terreno alquilado de 2.600 m<sup>2</sup> en las mediaciones del antiguo “River Park” en el kilómetro 4,5 de la Vía a Samborondón, su edificación estará compuesta de 7 áreas que son las siguientes:

- Área de la boletería.
- Área de la oficina administrativa.
- Área del bar.
- Área de la tienda de recuerdos.
- Área de habitud de los cachorros que estará unida a una sala de espera donde se entregará al cachorro con su respectiva capacitación.
- Área de los baños.
- Y por supuesto el sector del parque en sí, donde los niños jugarán con las mascotas, un lugar con césped natural, techado y con juegos para los cachorros.

Toda esta infraestructura incluida la asesoría técnica y los juegos tendrá un costo de US\$ 169.616,46 y se construirá en un tiempo de 2 meses aproximadamente.

<b>PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN DE PUPPY &amp; PLAY</b>	
	<b>VALORES</b>
Costo de Edificación (oficina, bar, etc.)	\$ 51,500.50
Costo de Cubierta	\$ 62,280.69
Costo de zona recreativa (césped)	\$ 11,148.12
Costo de los Juegos	\$ 750.00
Asesoría técnica (ingeniero y arquitecto)	\$ 20,435.95
Otros Costos (cerca, parqueaderos)	\$ 23,501.20
<b>COSTO TOTAL DE CONSTRUCCION</b>	<b>\$ 169,616.46</b>

Tabla 6

Para mayor detalle de los costos de construcción ver Anexo 8.

El Costo por área se divide en la siguiente manera:

- Costo de Edificación que comprende la boletería, oficina, bar, tienda, habitud de los cachorros con su sala de entrega y los baños está en US\$ 51.500,50.

## **Puppy & Play**

- Costo de la Cubierta del césped que protegerá a los visitantes del sol y la lluvia en un valor de US\$ 62.280,69.
- Costo de la zona recreativa, refiriéndose la adecuación del terreno incluido el césped por un valor de US\$11.148,12.
- Costo de la elaboración de los juegos de manera artesanal en US\$ 750.
- Costo del cerramiento, camino adoquinado y parqueaderos en US\$23.501,20.
- A todo esto hay que incluir la asesoría técnica del Ingeniero que es un 15% del subtotal del costo por un valor de US\$ 20.435,95.

### **Bienes Muebles**

En el área administrativa, de ventas y atención, la inversión en activos fijos representa un monto de US\$ 18.785, esto incluye la adquisición de escritorios de oficinas, sillas de oficinas, mesas para el bar, computadoras, televisores, etc. Ver Anexo 9.

### **Terreno**

El terreno donde se edificará el parque tendrá una dimensión de 65 X 40 m. Cuyos 2.600 m<sup>2</sup>. Estarán divididos en 1.350 m<sup>2</sup> para oficinas, área social; y 1.250 m<sup>2</sup> que se ocuparán para el parque con césped natural y techado. El alquiler de este terreno será de US\$ 3.000 mensuales.

### **Honorarios Profesionales**

Los honorarios del ingeniero civil que construirá el parque serán de US\$ 20.435,95 que corresponden a la dirección técnica de la construcción.

### **Constitución de la sociedad**

La constitución societaria de la compañía corresponderá a una sociedad anónima cuyo proceso se lo realizará en forma electrónica y tendrá un costo de US\$ 200.

Sumando el costo de construcción del parque más el equipamiento necesario para su funcionamiento refiriéndose a bienes muebles se obtendría un valor total de US\$ 188.401,46.

COSTO DE INVERSION EN INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS	
Construcción del parque	\$ 169,616.46
Bienes Muebles	\$ 18,785.00
<b>COSTO TOTAL DE INVERSION</b>	<b>\$ 188,401.46</b>

Tabla 7

## 10.2 Inversión en Capital de Trabajo

La inversión de capital de trabajo estará financiada por un préstamo al banco y con los aportes de capital que serán proporcionados por los accionistas. El valor del préstamo será de US\$ 120,075.88 que ha sido estimado por los montos que se necesitan para la construcción del parque y equipos de oficina por un valor de US\$ 188.401,46 y el aporte de los accionistas que corresponde a US\$ \$ 80,050.58 Esto se encuentra alineado con el parámetro que seguirá Puppy & Play con respecto a su estructura de deuda/capital, estimada en financiamiento con bancos del 60% y capital propio 40%.

40.00%	E	\$ 80,050.58
60.00%	D	\$ 120,075.88
100%	E+D	\$ 200,126.46

Tabla 8

La tabla de amortización del préstamo se presenta en el Anexo 10 donde se describen los pagos de gastos financieros y parte del capital que será cancelado mensualmente.

## 10.3 Presupuesto de Ingresos

Los ingresos que obtendrá Puppy & Play se originarán por los siguientes rubros:

- Entrada al parque.
- Venta de bebidas y snack del bar.
- Venta de recuerdos en la tienda.
- Alquiler del local para fiestas temáticas.

## **10.4 Presupuesto de Materias Primas, Servicios e Insumos**

En el Anexo 11 se describen los insumos que necesitará el parque para atender a sus clientes; en el consta tanto lo que se venderá en el bar y en la tienda de recuerdos, como también el gasto en alimentación y cuidados de las mascotas.

## **10.5 Presupuesto de Personal**

El presupuesto del personal que laborará en el parque llega a un valor de US\$ 5.928 mensuales incluyendo la parte administrativa y operativa. La descripción de estos valores se puede observar en el Anexo 12.

## **10.6 Presupuesto de Otros Gastos**

El presupuesto de otros gastos que tendrá el parque para operar es el mantenimiento del césped que se realizará mensualmente a un costo de US\$ 500, esto incluye los juegos presentes dentro del parque.

Además, se incurrirá en gastos administrativos como son el arriendo, servicios básicos como luz, agua, televisión por cable, etc.; también se considera los gastos de publicidad, como el pago a la compañía de seguridad que será contratada para resguardar el parque. Todos estos gastos se describen en el Anexo 13.

## **10.7 Deducciones Tributarias**

Las deducciones tributarias que tendrá Puppy & Play con respecto a los activos fijos serán la construcción del parque, las computadoras y televisores que se deducen a 3 años, los aires acondicionados a 5 años y los equipos de oficina a 10 años; estas deducciones son por depreciación que disminuyen la base imponible gravada con impuesto a la renta del 22% para las compañías.

Las deducciones fiscales dan un valor de US\$ \$ 104,477 para los primeros 5 años se pueden observar en el Anexo 14.

## 11. ANALISIS FINANCIERO

### 11.1 Flujo de caja del proyecto

En el flujo de caja se aplicó el método directo consideraron los ingresos que se obtendrían al poner en ejecución el proyecto de Puppy & Play, y los egresos que se generarían en el periodo operativo. Se usó el método directo en una proyección de los primeros cinco años debido a que el negocio no tendrá políticas de crédito en compras ni ventas. En la tabla siguiente se presentan los resultados obtenidos en el flujo de caja.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja neto	-\$ 200,126.46	\$ 93,755.98	\$ 62,306.76	\$ 53,583.33	\$ 45,988.43	\$ 37,339.68

Tabla 9

En el Anexo 15 se puede ver el flujo de caja completo.

### 11.2 Flujo de caja del accionista

Ahora para los accionistas el flujo de caja sería:

En el Anexo 16 se puede ver el flujo de caja completo.

FLUJO DE CAJA DE LOS ACCIONISTAS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja neto	-\$ 80,050.58	\$ 61,827.36	\$ 34,830.48	\$ 25,319.05	\$ 16,837.69	\$ 7,191.75

Tabla 10

### 11.3 Estado de resultados

El estado de resultados de Puppy & Play incluye todo los ingresos ya sea por venta de boletos de entrada, alquiler del local para fiestas de cumpleaños y los gastos que incurrirían en el periodo proyectado de 5 años, en la tabla siguiente se detalla los la utilidad neta obtenida. Para ver el Estado de Resultados completo revisar anexo 17.



	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta	\$38,825	\$35,560	\$29,897	\$26,134	\$20,678

Tabla 11

## 11.4 Balance general

El balance general de Puppy & Play incluye el registro de activos entre los que consta la construcción del parque, muebles y equipamiento del mismo, pasivos como la deuda al banco y patrimonio con el aporte de los accionistas, a continuación en la tabla se detalla estos valores para los 5 primeros años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	\$ 200,126	\$ 239,968	\$ 252,814	\$ 256,147	\$ 253,724	\$ 241,655
<b>TOTAL DE PASIVO</b>	\$ 120,076	\$ 121,093	\$ 98,379	\$ 71,815	\$ 43,257	\$ 10,511
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>	\$ 80,051	\$ 118,875	\$ 154,435	\$ 184,332	\$ 210,467	\$ 231,145

Tabla 12

El Balance General completo se encuentra en el Anexo 18.

## 11.5 Razones Financieras:

<b>Razones de liquidez</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez corriente	3.1	5.3	8.0	10.4	13.9
Prueba acida	3.1	5.3	8.0	10.4	13.9

Tabla 13

<b>Razones de apalancamiento</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón deuda a capital de accionistas	1.3	1.0	0.7	0.4	0.0
Razón entre deuda y activos totales	0.4	0.3	0.2	0.1	0.0

Tabla 14

<b>Razones de cobertura</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón de cobertura de interés	7.1	8.0	9.1	12.1	26.8

Tabla 15

<b>Razones de actividad</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación de activos totales	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3

Tabla 16

<b>Razones de Rentabilidad</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad en relación con las ventas	53%	50%	48%	45%	42%
Margen de ganancia neta	12%	11%	9%	8%	7%
Rendimiento sobre el capital ROE	49%	44%	37%	33%	26%
Rendimiento sobre la inversión ROA	16%	14%	12%	10%	9%

Tabla 17

Se observa una buena liquidez durante los primeros cinco años del proyecto, empezando con una relación 3 a 1 y terminando con 13 a 1, lo que sugiere que la compañía tendrá la capacidad de cubrir sus obligaciones a corto plazo sin ninguna dificultad. La prueba acida es igual a la razón de liquidez corriente debido a que en el proyecto no se manejará inventario ni políticas de crédito, Puppy & Play S.A ofrece un servicio y los insumos para la operación del negocio se comprarían y consumirían en el mismo periodo, evitando gestionar inventario al final de cada año.

En las razones de apalancamiento también se aprecia una tendencia favorable para el proyecto ya que en el año uno se tendrá una razón de \$0.4 de deuda por cada dólar de activos, y al final del año 5 tendrá \$0 de deuda por cada dólar de activos. Igual tendencia tiene la razón deuda a capital de accionistas que empieza con \$1.3 por cada dólar de capital.

En las razones de cobertura el proyecto presenta solidez ya que inicia con una cobertura de intereses de 7 veces y termina con 26.8 veces en el año 5, lo que induce un buen panorama para el proyecto en el pago de intereses.

Finalmente en las razones de rentabilidad se observa estabilidad en cada uno de los indicadores, por ejemplo el margen de ganancia neta inicia con un 12% y llega al 7% en el año 5. El ROA indica que se van a generar 16 centavos de utilidad neta por cada dólar invertido en activos, mejor situación se presenta con la inversión en capital social, ya que allí se van a generar 49 centavos en el año 1 y 26 centavos en el año 5 por cada dólar que inviertan los accionistas. En conclusión el proyecto tiene buena capacidad de generar ganancias tanto a partir del capital invertido como de la inversión de los accionistas de acuerdo con el valor en libros.

## 12. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

### 12.1 Riesgos de mercado

Un riesgo importante es que las empresas proveedoras tanto de alimento como de medicina, ingresen en el negocio con locales que presten servicios similares y debido a que ya tienen su marca posicionada en el mercado, logrando disminuir la cantidad de clientes que asistirían a Puppy & Play.

Otro riesgo estaría en la posibilidad de que el personal que trabaja en Puppy & Play tenga poca cortesía en el trato con los clientes, ya sea por un mal clima de trabajo interno, poca motivación de sus superiores o simplemente por una mala selección del personal al contratarlo; todo esto tendría como consecuencia la pérdida de clientes para el local.

Existe el riesgo de la mala publicidad por parte de las ONG que no se encuentren alineadas o convencidas de la protección y no explotación de los cachorros en el parque, para esto debemos demostrar que Puppy & Play trabaja con el fin de disminuir el abandono de los animales en las calles del país.

Por ultimo tenemos el riesgo de recibir demandas de los usuarios que se sientan perjudicados por los cachorros por mordeduras o enfermedades, para esto se utiliza primero la prevención y luego el aseguramiento para enfrentar estas eventualidades.

### 12.2 Riesgos técnicos

Existe riesgo en el caso que los proveedores de insumos ya sean para el abastecimiento del bar o de la tienda de recuerdos, como también las empresas que proporcionan el alimento y las medicinas para los cachorros, no entreguen oportunamente su mercadería, esto afectaría el normal funcionamiento del parque.

Se debe evitar el riesgo por fallas en los juegos de madera, por lo tanto es necesario mensualmente hacer mantenimiento preventivo y correctivo a todos los juegos que se

encuentren en el parque, evitando cualquier percance que puedan tener los niños al jugar con los cachorros.

Existe también el riesgo de tener problemas con los servicios auxiliares, esto es importante evitar ya que el suministro de agua como la climatización dentro del habitat de los animales es imprescindible para la salud de los cachorros.

### **12.3 Riesgos económicos**

Se debe tomar en cuenta que existe el riesgo de que al ingresar nuevos competidores empiecen a tomar participación en el mercado se podría llegar a una guerra de precios, lo cual llevaría a Puppy & Play a reducir el precio como una estrategia para captar y mantener a su clientela.

Otro riesgo económico sería el aumento en los precios de los insumos tanto de alimentación como de medicinas, sobre todos los importados, debido al incremento de impuestos aplicados por el Gobierno.

### **12.4 Riesgos financieros**

El riesgo financiero que podría afrontar Puppy & Play estaría en la falta de efectivo como resultado de la baja asistencia de los clientes al parque, lo que dificultaría el ingreso de efectivo a las cuentas bancarias y por ende el pago de los préstamos a las instituciones bancarias que nos apoyan.

También existiría riesgo en el incremento de la tasa de riesgo de los préstamos, lo que produciría que el costo financiero se incrementaría afectando el flujo de efectivo calculado en los presupuestos.

## 13. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

### 13.1 Evaluación de contado

Como se puede revisar en la tabla de los flujos de caja con valores de contado, sin financiamiento en el año cero se obtendría una caja negativa de \$ 200,126.46, por lo tanto para iniciar el negocio se debe inyectar flujos de caja por medio de un préstamo a una institución bancaria y el aporte de capital de los socios.

Propiedad, planta y equipo	\$ 169,616.46
Bienes Muebles	\$ 18,785.00
Adquisición de Mascotas	\$ 9,000
Equipos para el bar	\$ 2,725
Inversión inicial	\$ 200,126.46

Tabla 18.

### 13.2 Evaluación con financiamiento

La evaluación con financiamiento expresa que para empezar el negocio se necesita incurrir en un préstamo que en este caso será a la Corporación Financiera Nacional por un valor de \$ \$ 120,075.88 a una tasa del 11,83% a un plazo de 5 años con un pago mensual de intereses y capital por \$ 2,660.72 y un aporte de los dos accionistas por un valor de \$ 80,050.58 esto se utilizará para la construcción del parque, la adquisición de activos fijos, equipos y compra de mascotas entre otros.

### 13.3 Análisis de sensibilidad

Tomando en cuenta las variables más influyentes en Puppy & Play como son los ingresos y egresos, y haciendo el análisis de sensibilidad se puede determinar que ante una disminución del 10% en los ingresos o un aumento del 10% de los egresos el proyecto no sería viable, en el resto de opciones como disminución del 5% de los ingresos si sería factible el proyecto.

Variando los Ingresos:

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON RESPECTO A LOS INGRESOS				
VARIACION	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	TIR	VAN	RESULTADO
10%	\$ 237,778	75.21%	\$ 103,863	FACTIBLE
5%	\$ 191,892	56.71%	\$ 69,792	FACTIBLE
0	\$ 146,006	36.76%	\$ 35,722	FACTIBLE
-5%	\$ 100,120	13.34%	\$ 1,652	FACTIBLE
-10%	\$ 54,235	-44.16%	-\$ 32,418	NO FACTIBLE

Tabla 19

Variando los Egresos:

El proyecto no sería viable si se incrementan en un 10% los egresos, con un aumento en

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON RESPECTO A LOS EGRESOS				
VARIACION	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	TIR	VAN	RESULTADO
10%	\$ 76,750	-31.61%	-\$ 12,600	NO FACTIBLE
5%	\$ 111,378	9.22%	\$ 11,561	FACTIBLE
0	\$ 146,006	36.76%	\$ 35,722	FACTIBLE
-5%	\$ 180,634	46.83%	\$ 59,883	FACTIBLE
-10%	\$ 215,262	58.81%	\$ 84,044	FACTIBLE

Tabla 20

### 13.4 Análisis de estructura financiera

La estructura financiera se encuentra establecida en un 60% de financiamiento por parte de la CFN (\$120,075.88) y un aporte de los accionistas de un 40% (\$80,050.58), lo que da un WACC promedio de 16.09%, con valores de TIR de 36.76% y un VAN de US\$ 35,722, un IR de 1.45 y un Tiempo de Recuperación de 1.52 años para el inversionista. Y con TIR de 17.14%, VAN de \$21,808, IR de 1.11 y un tiempo de recuperación de 2.82 años con respecto al proyecto.

En ambos escenarios flujo de caja del inversionista y flujo de caja del proyecto se aprecia una estructura eficiente de financiamiento con un VAN positivo y una TIR mayor que el WACC.

A continuación se presenta las tablas de datos del análisis:

Para el inversionista:

<b>TIEMPO DE RECUPERACION (TR)</b>		
<b>ANO</b>	<b>FL. DE EFEC.</b>	<b>FL. ACUM.</b>
0	-\$ 80,051	
1	\$ 61,827	\$ 61,827
2	\$ 34,830	\$ 96,658
3	\$ 25,319	\$ 121,977
4	\$ 16,838	\$ 138,815
5	\$ 7,192	\$ 146,006
<b>TR= 1.52 Años</b>		

Tabla 21

<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>		
35.00%	<=TIR=>	\$ 81,873
37.00%	<=TIR=>	\$ 79,803
36.76%	<=TIR=>	\$ 80,051

Tabla 22

<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>		
12.00%	<b>VAN=</b>	\$35,722

Tabla 23

<b>INDICE DE RENTABILIDAD (IR)</b>	
<b>IR=</b>	<b>1.45</b>

Tabla 24

Para el proyecto:

<b>TIEMPO DE RECUPERACION (TR)</b>		
<b>ANO</b>	<b>FL. DE EFEC.</b>	<b>FL. ACUM.</b>
0	-\$ 200,126	
1	\$ 93,756	\$ 93,756
2	\$ 62,307	\$ 156,063
3	\$ 53,583	\$ 209,646
4	\$ 45,988	\$ 255,634
5	\$ 37,340	\$ 292,974
<b>TR= 2.82 Años</b>		

Tabla 25

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		
18.00%	<=TIR=>	\$ 196,856
17.00%	<=TIR=>	\$ 200,678
17.14%	<=TIR=>	\$ 200,126

Tabla 26

VALOR ACTUAL NETO (VAN)		
12.00%	VAN=	\$21,808

Tabla 27

INDICE DE RENTABILIDAD (IR)	
IR=	1.11

Tabla 28

<b>COSTO DE CAPITAL</b>		<b>Kc=</b>	<b>28.47</b>
Beta=	2.35	Rf=	3.73
Prima de riesgo=	6.25	Riesgo país=	10.05
<b>COSTO DE DEUDA</b>		<b>Kd=</b>	<b>7.84</b>
Tasa de bancos=	11.83	Costo impuesto=	0.337
<b>WACC</b>		<b>16.09</b>	<b>%</b>

Tabla 29

## 14. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

No.	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Creación y constitución de la compañía	■	■														
2	Tramite de los permisos de funcionamiento		■	■	■	■											
3	Construcción civil (oficinas, bar, parqueadero, etc.)				■	■	■	■	■	■	■						
4	Adquisición e instalación de mobiliario en general								■	■	■	■	■				
5	Adquisición de equipos para el área del parque											■	■	■			
6	Reclutamiento y selección del personal											■	■				
7	Contratación y entrenamiento del personal												■	■			
8	Prueba de las instalaciones del parque														■		
9	Campaña publicitaria del parque					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
10	Puesta en marcha del negocio																■

Tabla 30



## 15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 15.1 Conclusiones.

El proyecto de un parque recreativo de mascotas es una idea innovadora, que según la Investigación de Mercado realizada tiene una aceptación del 96.3%.

El proyecto necesita una inversión inicial de \$200,126.46, el cual está dividido en un préstamo bancario por una cantidad de \$120,078.55 y el aporte de los inversionistas de \$80,050.58, utilizando una estructura de 60% y 40% respectivamente.

En el análisis financiero se obtuvo que el proyecto tiene un VAN de \$21,808, con una TIR de 17.14%, lo cual representa un aceptable nivel de rentabilidad y tasa de retorno atractiva.

La inversión se recuperará en un tiempo de 2.82 años y el proyecto posee un índice de rentabilidad de 1.11.

La apertura del parque generará fuentes de trabajo y brindará un servicio con el que no contaba el sector.

El proyecto tendrá un impacto ambiental positivo moderado, fundamentado en la recolección técnica de los desechos, mediante un correcto plan de manejo ambiental.

En conclusión el proyecto de un plan recreativo como Puppy & Play es factible, siempre y cuando los ingresos no lleguen a disminuir en un 10% y los gastos a incrementarse en un 10%, en el caso de presentarse esta situación se debe invertir en publicidad y nuevas promociones para mejorar las ventas.

### 15.2 Recomendaciones.

Crear continuamente nuevas actividades a realizarse en el parque para atraer a los clientes frecuentes, evitando dar una imagen de monotonía en la oferta de entretenimiento del parque, de esta forma dar a conocer que Puppy & Play es una empresa que siempre está innovando.

## **Puppy & Play**

Buscar nuevas alianzas con los proveedores y con auspiciantes para la difusión del parque, generando ahorros en los costos de la operación del parque.

Realizar nuevas investigaciones de mercado para ver la posibilidad de incluir en el parque mascotas de otras especies como gatos, conejos, tortugas, etc.

Continuar con la difusión de la imagen de que el parque ayuda a evitar o por lo menos a disminuir el abandono de las mascotas en las calles.

Debido a la interacción entre los niños y las mascotas es fundamental que el personal contratado este altamente calificado a través de procesos de selección exigentes y que estos tengan una continua capacitación.

Con el éxito de este proyecto se debería visualizar la posibilidad de comercializar franquicias en sectores de condiciones similares en otras ciudades del país.

Invitar a instituciones defensoras de los animales a verificar las condiciones de vida, el cuidado de las mascotas y la forma como interactúan con los niños.

Con los resultados positivos obtenidos en la investigación de mercado y en el estudio financiero se recomienda la implementación de este proyecto de un parque recreativo de mascotas denominado Puppy & Play, ya que no solo satisface la demanda del mercado sino que también cumple con las expectativas de rentabilidad que esperan los inversionistas.

## 6. REFERENCIAS

1. INEC. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. CIIU REV 4.0. enero 25, 2016, de INEC Sitio web: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/ciiu4.php>
2. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2014). Anuario Estadístico Societario. Enero 25, 2016, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros Sitio web: <http://www.supercias.gob.ec/portal>
3. Gamboa Jarrin Sandra, Fernando Mayorga. (2009). Las actividades recreativas en la ciudad de Guayaquil: análisis histórico, tendencias & propuestas. Tesis de Ingeniería. ESPOL
4. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2013). Anuario Estadístico Societario. Enero 25, 2016, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros Sitio web: <http://www.supercias.gob.ec/portal>
5. FLACSO-MIPRO. (2012). Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES No. 24. FLACSO-MIPRO. ENERO 25, 2016, de FLACSO-MIPRO Sitio web: <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/e95f7seq84g008xi32hh5lkj7090hf.pdf>
6. <http://agronegociosecuador.ning.com/page/albex-el-mercado-de-las>
7. Base de datos Superintendencia de compañías.
8. Base de datos Superintendencia de compañías.
9. Diario El Comercio de Perú. 21 de marzo de 2015. <http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/alquilan-perros-entre-seis-y-30-dolares-japon-noticia-1799213>
10. <http://www.plusvalia.com/terrenos-en-venta-en-samborondon.html>
11. <http://argos.portalveterinaria.com/noticia/4693/articulos-archivo/perros-de-terapia-y-estres.html>
12. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/uso-del-tiempo-2/>
13. <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/28230001c7363fd7-79a2-4c91-ba4f-ca91b9a3dc46>
14. [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/213\\_003.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/213_003.pdf)
15. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/09/11/nota/5117060/mascotas-cause-molestias-urbanizaciones>
16. [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101501635/-1/Inec%3A\\_Tama%C3%B1o\\_promedio\\_del\\_hogar\\_ecuatoriano\\_es\\_de\\_3.9\\_personas.html#.VlneaHYvfIU](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101501635/-1/Inec%3A_Tama%C3%B1o_promedio_del_hogar_ecuatoriano_es_de_3.9_personas.html#.VlneaHYvfIU)

17. <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/119186-quito-ciudad-inflacion-mas-alta-septiembre-2015>
18. <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/30/nota/3294961/hasta-110-mes-se-gasta-alimentar-mascota>
19. [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=184217](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=184217)
20. <http://mioplanet.org/realidad-de-los-perros-callejeros-problema-ambiental-%C3%A9tico-y-de-salud>
21. <http://www.elcomercio.com/tendencias/mascotas-cuidados-gastos-animales-veterinario.html>
22. Zamorra San Joaquín. (2002). Terapia Asistida por animales de compañía. Bienestar para el ser humano. ENERO 25, 2016, de El Médico Interactivo Sitio web: <http://www.elmedicointeractivo.com/ap1/emiold/publicaciones/ctrosalud2002/3/143-149.pdf>
23. [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/0960001460001\\_PDO T%202015-2019\\_16-03-2015\\_21-13-58.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/0960001460001_PDO T%202015-2019_16-03-2015_21-13-58.pdf)
24. <http://www.metroecuador.com.ec/entrevistas/constitucion-electronica-de-empresas-en-dos-dias-crear-tu-negocio/AzUniv---90izSVGe3vyLw/>
25. Ministerio de Justicia (2014). Código Orgánico Integral Penal
26. <http://loba.ec/sitio/index.php/ley-organica-de-bienestar-animal/proyecto-de-ley-completo?showall=&start=2>

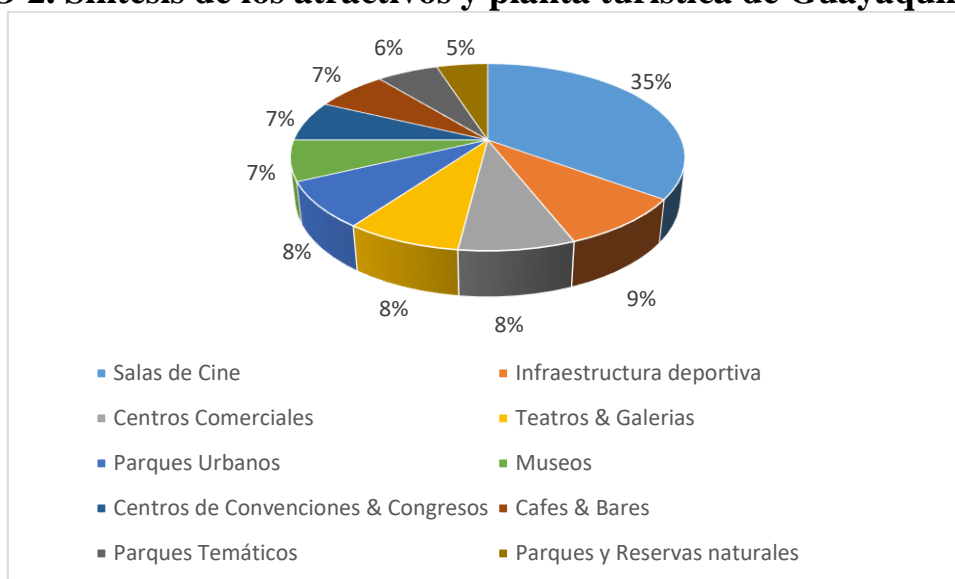
## 17. ANEXOS.

### ANEXO 1: Información Industria del entretenimiento

	2013	2012
Ingresos	\$61,842,898.00	\$55,107,206.00
# compañías	149	140
Personal empleado	1626	1442
ingreso por venta de bienes	\$17,893,941.32	\$17,080,322.00
ingreso por prestación servicios	\$43,584,502.49	\$37,035,774.00
otros ingresos	\$364,454.19	\$991,110.00
% ingresos por ventas de bienes	29%	31%
% ingresos por servicios	70%	67%
% otros	1%	2%

Crecimiento	2012-2013
en dólares	\$6,735,692.00
en %	12%

## ANEXO 2. Síntesis de los atractivos y planta turística de Guayaquil



## ANEXO 3. Facturación de sustitutos de P&P

SUSTITUTOS	FACTURACIÓN (\$)
SUPERCINES	14,767,640.70
TIERRA DIVERSIÓN	312,366.73
CHIKY PLACE	120,000.00
PLAY PARK	No existen datos
AMERICAN PARK	No existen datos
RIVER PARK (cerrado)	45,871.37

## ANEXO 4. Distribución del tiempo población ocupada de 12 años y más.



## ANEXO 5. Formato de encuesta

### Encuesta de investigación de mercado

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la maestría en Administración de Empresas de ESPAE y estamos realizando la siguiente encuesta para conocer las características y percepción de los padres de familia con respecto a un nuevo servicio que queremos ofrecer. Los datos que obtendremos serán valiosos para elaborar dicha investigación. De antemano quedamos agradecidos por su colaboración y veracidad con que pueda contestar las siguientes preguntas, cuyas respuestas será información confidencial, y su uso será estrictamente para el estudio antes mencionado.

**OBJETIVO:** Conocer el perfil de los padres de familia, así como su percepción con respecto a un nuevo servicio.

**COOPERACION:** Su ayuda es de vital importancia para los objetivos de esta investigación, le garantizamos que su información será usada con estricta confidencialidad y exclusivamente para fines académicos.

**INSTRUCCIONES:**

Favor llenar esta encuesta con la información más precisa posible.

En lo posible no deje ninguna pregunta sin respuesta.

Use las ayudas para seleccionar las alternativas de las preguntas.

Preguntas de la encuesta:

1. ¿Tiene perro en su casa?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

2. Sexo M \_\_\_ F \_\_\_

3. Seleccione a continuación su rango de edad:

\_\_\_ De 20 a 30 años

\_\_\_ De 31 a 40 años

\_\_\_ Mayor de 40 años

4. ¿Cuántos hijos menores de 12 años viven con usted?

\_\_\_ 1

\_\_\_ 2

\_\_\_ 3

\_\_\_ Más de 3

5. Tipo de vivienda en la que habita:

Casa \_\_\_\_\_

Departamento \_\_\_\_\_

6. ¿En qué kilómetro de la vía a Samborondón habita usted?

\_\_\_ Del 1 al 3 Km.

\_\_\_ Del 4 al 6 Km.

\_\_\_ Del 7 al 9 Km.

\_\_\_ Del 10 al límite.

7. Escoja una alternativa que explique porque no tiene perro en su hogar:

\_\_\_ No tengo tiempo para cuidar una mascota

\_\_\_ No tengo espacio para tener una mascota



## Puppy & Play

- Mi presupuesto no alcanza para tener una mascota
- Mis hijos son alérgicos
- No me gustan las mascotas porque causan malos olores
- A mis hijos no les gustan los perros
- Otros. ¿Cuáles?

8. Su ingreso familiar mensual se encuentra:

- Entre \$500 y \$1.000
- Entre \$1.001 y \$2.000
- Entre \$2001 y \$3000
- Mayor a \$3.000
- No informa

9. ¿Qué cantidad aproximadamente de su presupuesto al mes le dedica a la diversión con sus hijos?

- Menos de \$ 100
- Entre \$101 y \$300
- Entre 301 y \$600
- Mayor a \$600

10. ¿Qué cantidad aproximadamente de su presupuesto al mes gasta en actividades al aire libre dentro de la ciudad?

- Menos de \$ 100
- Entre \$101 y \$300
- Entre 301 y \$600
- Mayor a \$600



11. ¿Asistiría con sus hijos a un parque recreativo ubicado en km 4.5 de la vía a Samborondón (antes River Park), en donde usted podría interactuar con cachorros (perros de corta edad) de su preferencia, proporcionados por el parque, previa capacitación sobre la raza, cuidados y responsabilidades y disponer de un espacio al aire libre con juegos para su esparcimiento, donde

## Puppy & Play

podrán jugar, correr, alimentarlos, etc.; el parque contaría dispensadores de comida para cachorros, una cabina para fotos, una tienda de recuerdos y una zona de cafetería. Las familias podrían estar en el parque el tiempo que consideren pertinente?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si respondió si conteste las siguientes preguntas:

12. Seleccione máximo 3 tipos de raza de perro que le gustaría encontrar en el parque:



\_\_\_\_\_ Golden Retriever



\_\_\_\_\_ Dalmata



\_\_\_\_\_ Collie



\_\_\_\_\_ Schnauzer



\_\_\_\_\_ Cocker Spaniel

**Puppy & Play**



\_\_\_ Bóxer



\_\_\_ Pastor Alemán



\_\_\_ Beagle



\_\_\_ Frecnh Poodle



\_\_\_ Labrador Retriever

Otros \_\_\_\_\_

13. ¿Qué día de la semana le gustaría asistir al parque de perros? Puede seleccionar dos e indique su prioridad poniendo 1 uno al de mayor preferencia y un 2 al de menor.

Lunes \_\_\_\_\_

Viernes \_\_\_\_\_

Martes \_\_\_\_\_

Sábado \_\_\_\_\_

Miércoles \_\_\_\_\_

Domingo \_\_\_\_\_

**Puppy & Play**

Jueves \_\_\_\_\_

14. ¿Cuántas veces al mes frecuentaría el parque de perros?

\_\_ 1

\_\_ 2

\_\_ 3

\_\_ Más de 3

15. ¿Con cuántas personas asistiría al parque incluyéndose usted?

\_\_ 1

\_\_ 2

\_\_ 3

\_\_ 4

\_\_ Más de 4

16. ¿En qué horario visitaría el parque?

En la mañana \_\_\_\_\_

En la tarde \_\_\_\_\_

En la noche \_\_\_\_\_

17. Costo del parque, Usted le gustaría pagar un valor de

(Recordando que puede prestar un cachorro con dos entradas)

\$4 por persona por entrada y jugar independientemente con el cachorro \_\_\_\_\_

\$10 por pareja y participar en los concursos con el cachorro \_\_\_\_\_

\$12 por familia de 3 personas y jugar independientemente con la mascota \_\_\_\_\_

\$20 por familia de 4 personas y participar en los concurso con el cachorro \_\_\_\_\_

18. ¿Cuál sería su forma de pago?

\_\_\_ En efectivo

\_\_\_ Con tarjeta de crédito

19. ¿Usted alquilaría las instalaciones del parque para realizar la fiesta de cumpleaños de sus hijos?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

20. ¿Qué tipo de juegos o actividades le gustaría que realizarán sus hijos con los cachorros?

\_\_\_ Carreras de cachorros

\_\_\_ Concurso de disfraces

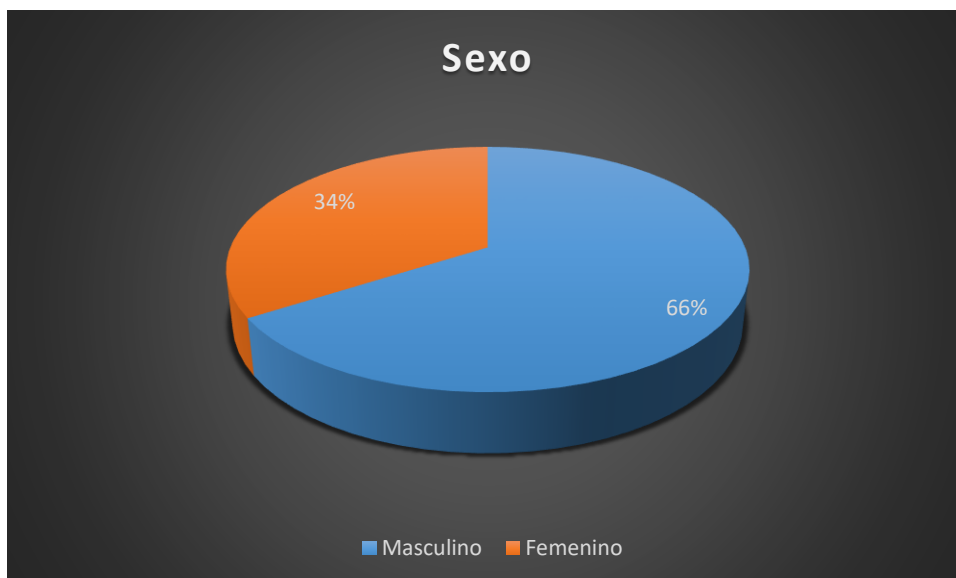
\_\_\_ Carrera de obstáculos

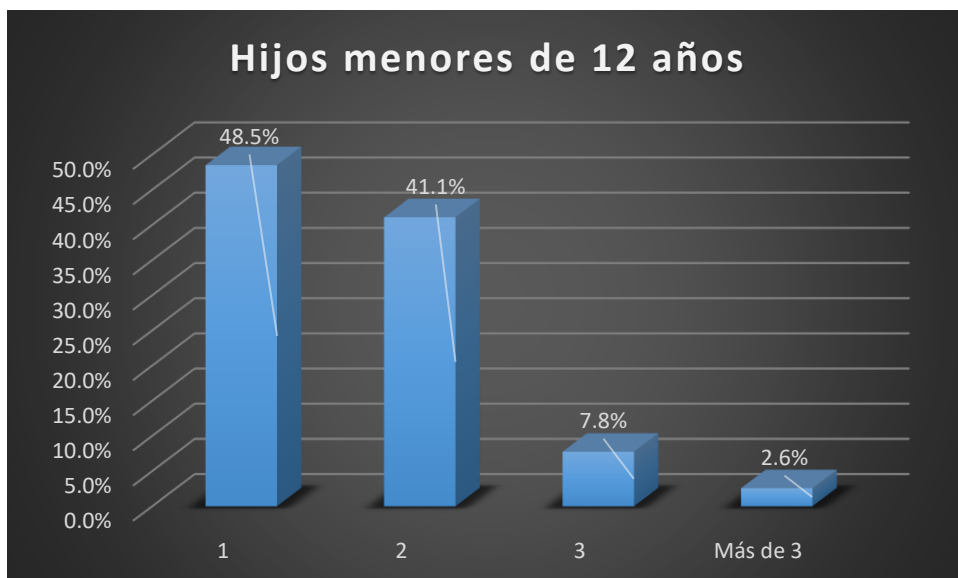
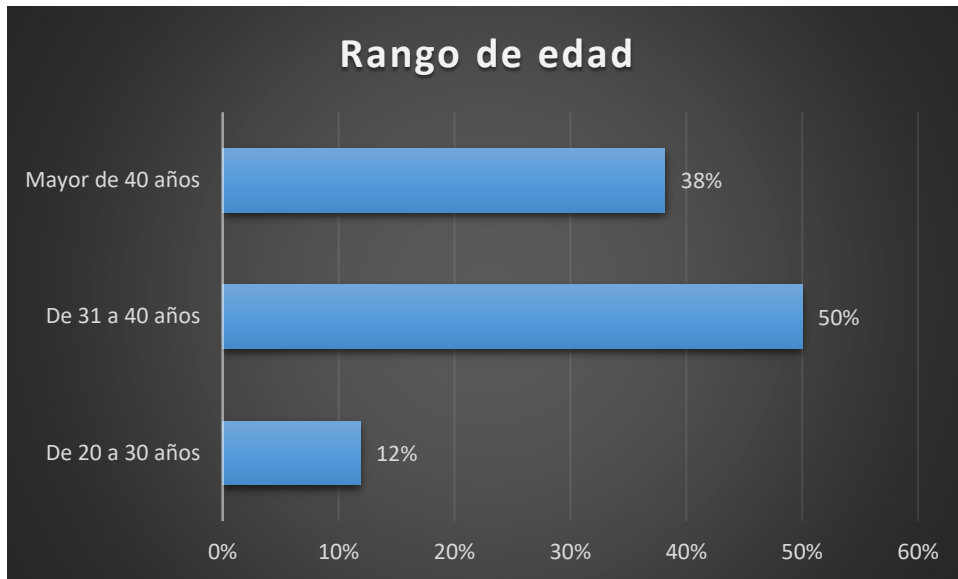
\_\_\_ Canicross (carrera con el niño y el perro)

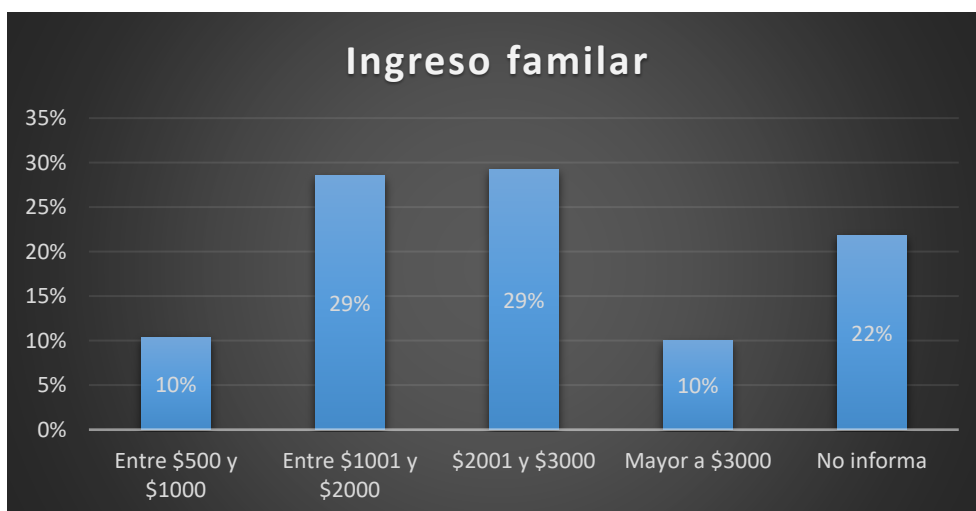
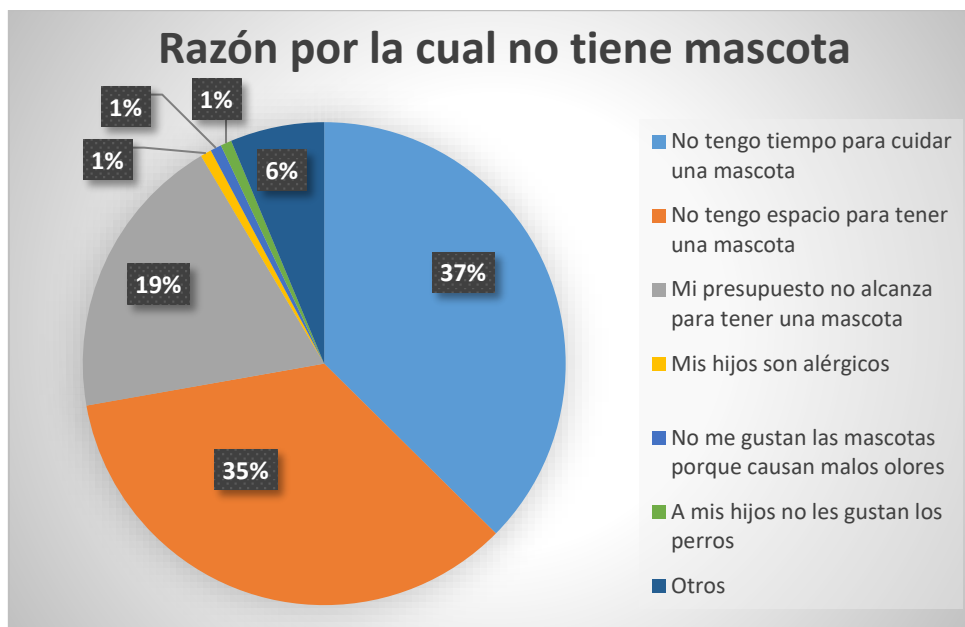
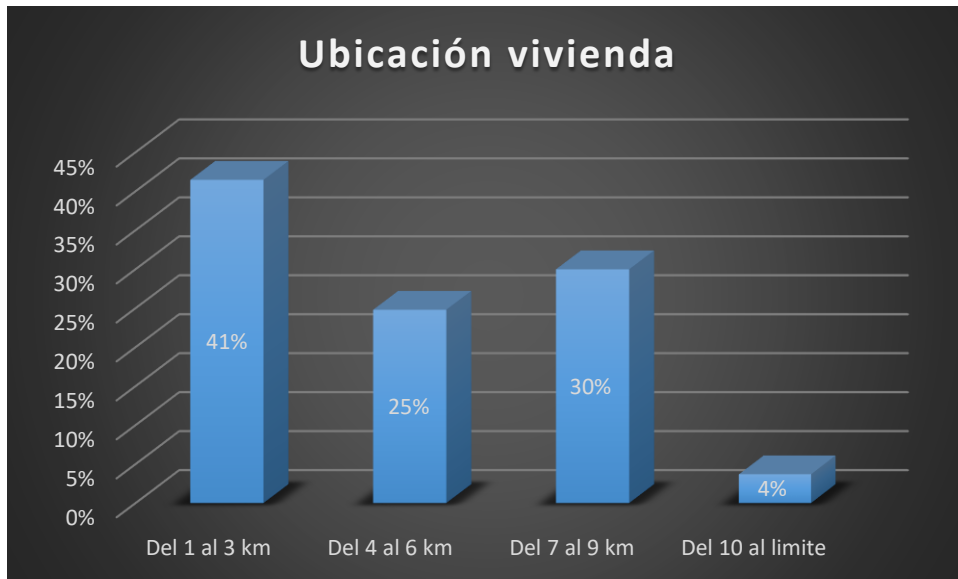
## Puppy & Play

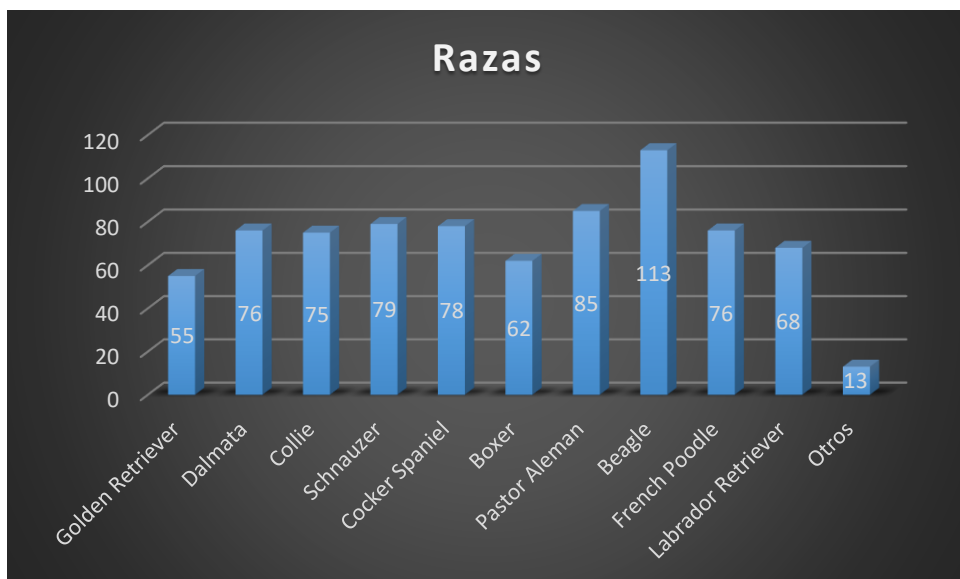
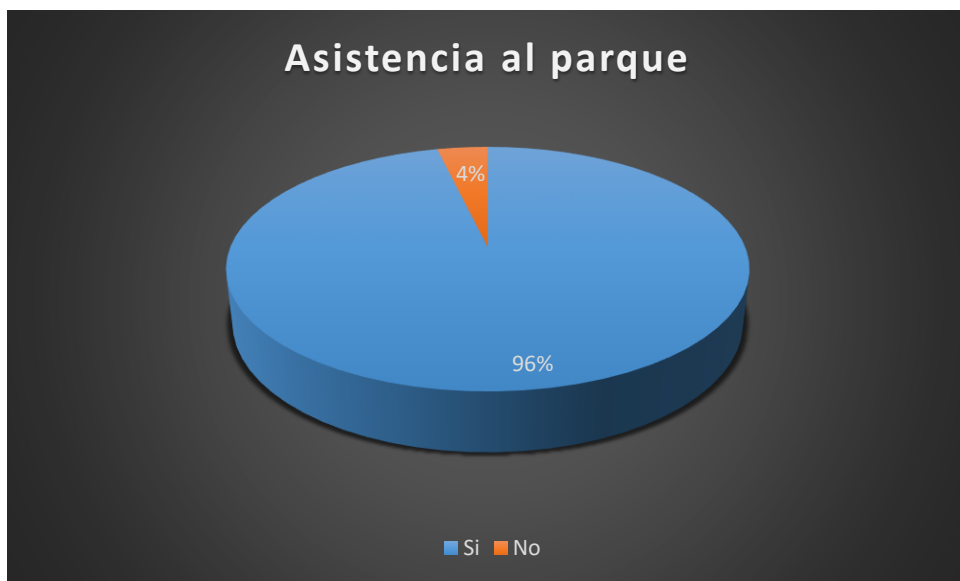
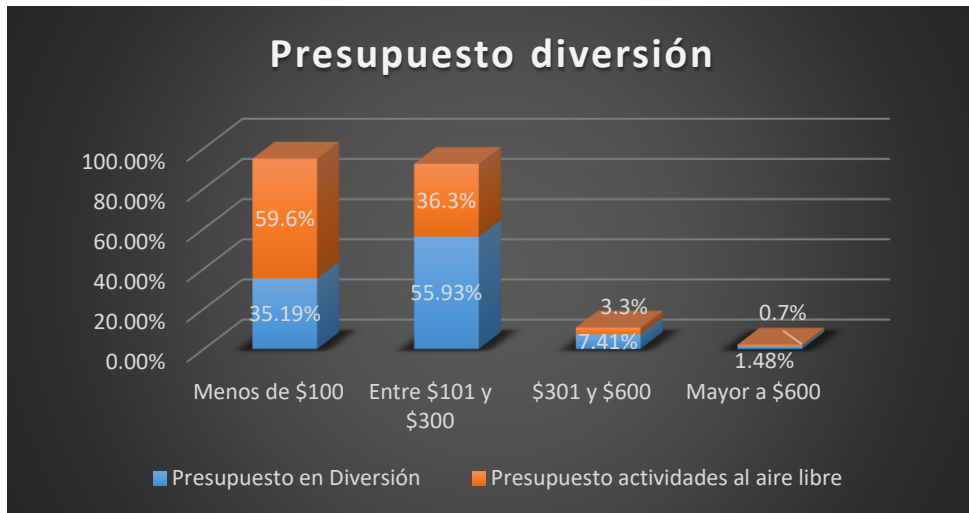
- \_\_\_\_\_ Flyball (juego del pañuelo)
- \_\_\_\_\_ Discdog (juego con el frisbee)
- \_\_\_\_\_ Treibball (pastoreo con pelotas gigantes)
- \_\_\_\_\_ Alimentación de los perros
- \_\_\_\_\_ Otros

## ANEXO 6. Resultados de las encuestas

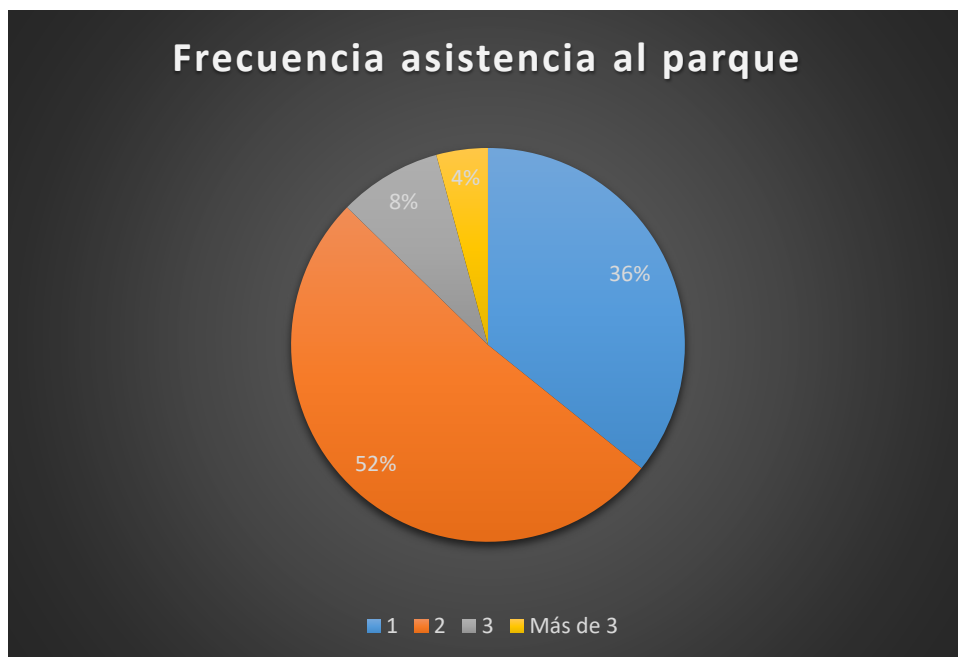
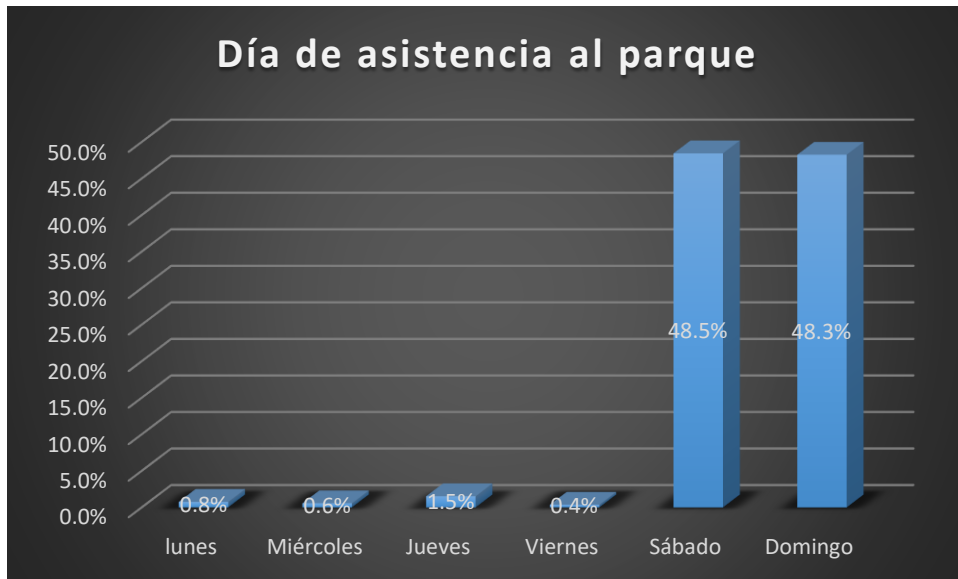


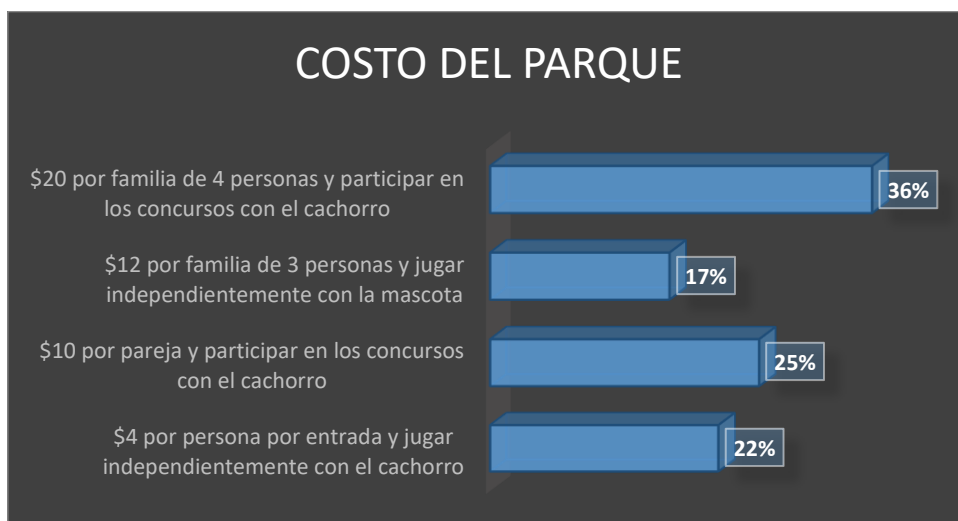
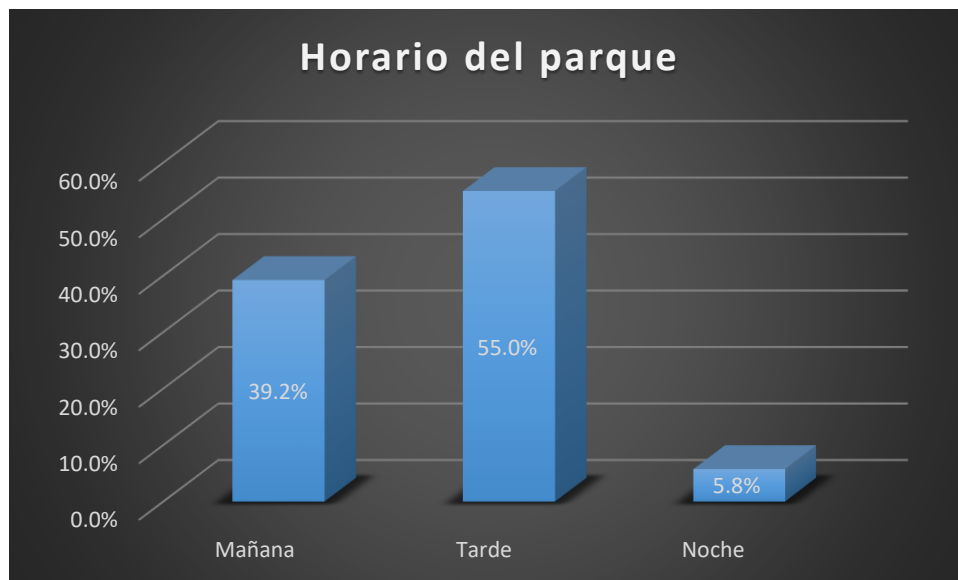
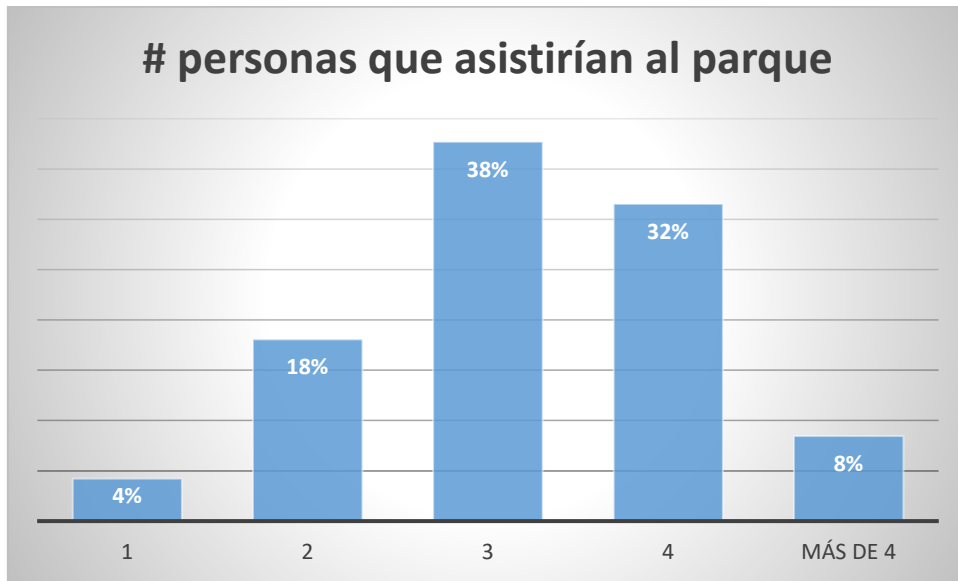




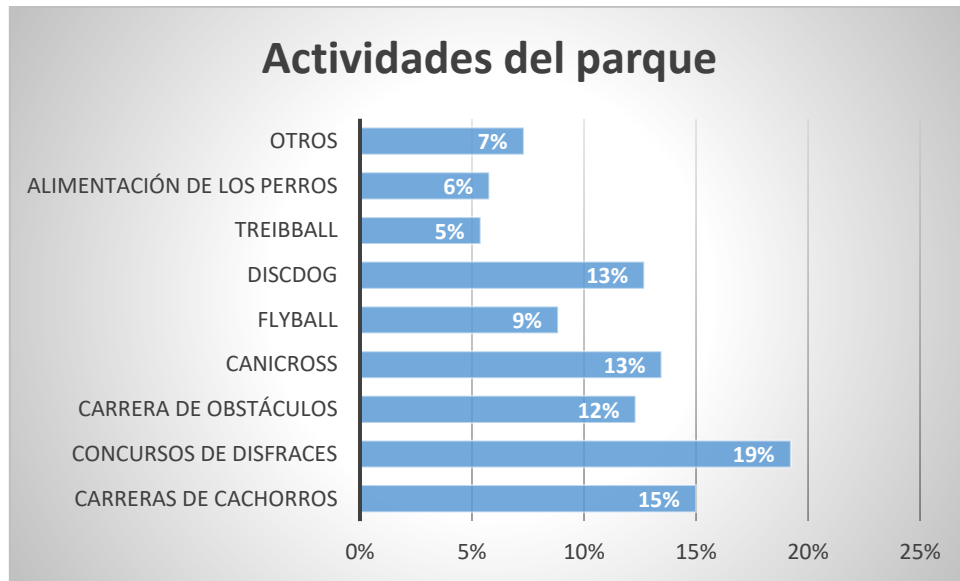












## ANEXO 7. Certificado ambiental

### Consulta de Actividades Ambientales

Para conocer la Actividad Ambiental a la que pertenece su proyecto, el proceso que corresponde (Registro Ambiental o Licencia Ambiental), el tiempo de emisión y los costos que genera, haga clic en buscar.

Descripción de la actividad	SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN
Su trámite corresponde a un(a)	CERTIFICADO AMBIENTAL
Tiempo de emisión	Inmediato.
Costo del trámite	No tiene. (Tiene un costo si existe remoción de cobertura vegetal nativa)

**ANEXO 8. Presupuestos de construcción**

PROYECTO: CONSTRUCCION DE PARQUE DE MASCOTAS PUPPY &amp; PLAY

UBICACION: SAMBORONDON

ELABORADO: JORMAN MIGUEL TORRES

**PRESUPUESTO DE CUBIERTA**

<u>No.</u>	<u>Rubro / Descripción</u>	<u>Unidad</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Precio unitario</u>	<u>Precio global</u>
<b>1</b>	<b>CIMENTACIÓN</b>				
1.1	EXCAVACIÓN A MAQUINA	M3	51.20	3.00	153.60
1.2	RELLENO COMPACTADO CON LASTRE GRUESO EN EDIFICACIONES	M3	38.40	17.60	675.84
1.3	HORMIGON SIMPLE F'C=140 KG/CM2 EN REPLANTILLOS	M2	36.00	5.18	186.48
1.4	HORMIGÓN EN PLINTOS, F'c=210KG/CM2, INCL. ENCOFRADO	M3	7.20	155.72	1,121.18
1.5	HORMIGÓN EN CADENAS, F'c=210KG/CM2, INCL. ENCOFRADO	M3	3.04	155.72	473.39
1.6	HORMIGÓN EN COLUMNAS, F'c=210KG/CM2, INCL. ENCOFRADO	M3	1.44	155.72	224.24
1.7	ACERO DE REFUERZO EN BARRAS F'y= 4200 KG/CM2	KG	889.23	2.00	1,778.46
			<b>SUBTOTAL 1:</b>		<b>4,613.19</b>
<b>2</b>	<b>ESTRUCTURA METALICA</b>				
2.1	ESTRUCTURA METALICA TIPO CERCHAS EN PILARES INCL. PINTURA ANT	KG	1,333.00	3.17	4,225.61
2.2	ESTRUCTURA METALICA TIPO CERCHAS EN TIJERAS INCL. PINTURA ANT	KG	2,040.00	3.17	6,466.80
2.3	ESTRUCTURA METALICA TIPO CERCHAS EN VIGAS DE AMARRE INCL. PINTURA ANT	KG	508.00	3.17	1,610.36

**Puppy & Play**

2.4	ESTRUCTURA METALICA EN CORREAS DE APOYO DE CUBIERTA INCL. PINTURA ANT	KG	2,291.00	3.17	7,262.47
2.5	SUMINITRO-INSTALACIÓN DE PLACAS METALICAS DE 240X420MM E=6MM	U	32.00	14.12	451.84
<b>3</b>	<b>CUBIERTA</b>				
3.1	SUMINISTRO E INST CANALON INCLUYE BAJANTES	ML	80.00	32.59	2,607.20
3.2	CUBIERTA DE GALVALUME TIPO DURATECHO	M2	1,322.00	18.99	25,104.78
			<b>SUBTOTAL 2:</b>		<b>47,729.06</b>
<b>4</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				
4.1	ACOMETIDA INTERNA	ML	100.00	5.99	599.00
4.2	PANEL DE DISYUNTORES (BREAKERS) 8X16 INCL. BREAKERS 20-30 AMP	U	1.00	71.79	71.79
4.3	LUMINARIA TIPO CAMPANA 400 W NA COMPLETA	U	16.00	162.17	2,594.72
			<b>SUBTOTAL 3:</b>		<b>3,265.51</b>
			<b>SUBTOTAL:</b>		<b>55,607.76</b>
			<b>IVA 12%:</b>		6,672.93
			<b>TOTAL:</b>		<b>62,280.69</b>

**PRESUPUESTO DE EDIFICACIÓN**

<u>No.</u>	<u>Rubro / Descripción</u>	<u>Unidad</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Precio unitario</u>	<u>Precio global</u>
<b>1</b>	<b>MOVIMIENTO DE TIERRA</b>				
1.1	LIMPIEZA DE TERRENO PARA EDIFICACIONES	M2	250.99	0.48	120.48
1.2	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	141.88	0.72	102.15
1.3	EXCAVACIÓN A MAQUINA	M3	19.91	3.00	59.73
1.4	CAMA DE ARENA PARA INSTALACION DE TUBERIA	M3	1.20	14.23	17.08
			<b>SUBTOTAL 1:</b>		<b>299.44</b>
<b>2</b>	<b>ESTRUCTURA</b>				

**Puppy & Play**

2.1	HORMIGON SIMPLE EN REPLANTILLO F`C=140 KG/CM2; E=6 CM	M2	12.80	5.67	72.58
2.2	HORMIGON SIMPLE EN RIOSTRAS F`C=210KG/CM2 INC. ENCOFRADO	M3	9.06	122.00	1,105.32
2.3	HORMIGON SIMPLE EN PLINTOS F`C=210KG/CM2 INC. ENCOFRADO	M3	2.56	122.00	312.32
2.4	HORMIGON SIMPLE EN COLUMNAS F`C=210KG/CM2 INC. ENCOFRADO	M3	4.43	122.00	540.46
2.5	ACERO DE REFUERZO EN BARRAS F`Y= 4200 KG/CM2	KG	1,390.10	1.89	2,627.29
2.6	HORMIGON ARMADO EN MESONES; ANCH= 50 CM X ESP= 8 CM; F`C=210KG/CM2; INC. ENCOFRADO	M2	2.56	41.86	107.16
2.7	HORMIGON SIMPLE EN CONTRAPISO; ESP = 8 CM; F`C=210KG/CM2; INC. ENCOFRADO	M2	249.74	10.38	2,592.30
			<b>SUBTOTAL 2:</b>		<b>7,357.43</b>
<b>3</b>	<b>MAMPOSTERIA</b>				
3.1	PAREDES DE BLOQUE ARENA-CEMENTO TIPO ROCAFUERTE 10X20X40 CM	M2	404.80	8.58	3,473.18
3.2	DINTELES (PUERTAS Y VENTANAS) DE HORMIGON ARMADO (0.10 X 0.20) m	ML	21.75	13.74	298.85
			<b>SUBTOTAL 3:</b>		<b>3,772.03</b>
<b>4</b>	<b>ENLUCIDO GENERAL</b>				
4.1	ENLUCIDO DE PAREDES	M2	809.60	6.58	5,327.17
4.2	ENLUCIDO DE FILOS	ML	21.75	2.27	49.37
			<b>SUBTOTAL 4:</b>		<b>5,376.54</b>
<b>5</b>	<b>REVESTIMIENTO EN GENERAL</b>				
5.1	CERAMICA EN PISO; FORMATO MINIMO 40X40 CM	M2	498.20	22.57	11,244.37

**Puppy & Play**

5.2	CERAMICA EN PAREDES	M2	29.40	22.24	653.86
5.3	MARMETÓN EN MESONES DE BAÑOS	M2	2.10	53.19	111.70
5.4	TUMBADO DE ALUMINIO Y FIBROCEL (0.60 X 0.60)	M2	249.70	12.78	3,191.17
5.5	CUBIERTA DE TEJA TIPO ESPAÑOLA INCL. ESTRUCTURA METALICA	M2	1.00	18.57	18.57
			<b>SUBTOTAL 5:</b>		<b>15,219.67</b>
<b>6</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				
6.1	BREAKER DE 1P-10-30-40A	U	12.00	34.17	410.04
6.2	BREAKER DE 2P-10-50A	U	1.00	46.82	46.82
6.3	TABLERO DE CONTROL 16 PUNTOS	U	1.00	271.71	271.71
6.4	PUNTO DE ALUMBRADO 120 VOLTIOS	PTO	23.00	31.25	718.75
6.5	PUNTO DE TOMACORRIENTE POLARIZADO 120 VOLTIOS	PTO	23.00	29.98	689.54
6.6	PUNTO DE TOMACORRIENTE POLARIZADO 220 VOLTIOS	PTO	5.00	35.03	175.15
6.7	SISTEMA DE PROTECCION PUESTA A TIERRA	U	1.00	30.38	30.38
6.8	SUBACOMETIDA 2 CONDUCTORES N° 10 EN TUBERIA PVC 3/4"	ML	82.60	5.99	494.77
6.9	ILUMINACION DECORATIVA EMPOTRADA TIPO OJO DE BUEY	U	15.00	41.07	616.05
6.10	PUNTO DE TOMACORRIENTE POLARIZADO PARA EXTERIOR 120 VOLTIOS	PTO	5.00	32.28	161.40
			<b>SUBTOTAL 6:</b>		<b>3,614.61</b>
<b>7</b>	<b>INSTALACIONES SANITARIAS</b>				
7.1	ACOMETIDAD DE AAPP 3/4"	ML	10.00	7.30	73.00
7.2	TUBO DE AA.PP. PVC ROSCABLE DE 1/2"	ML	50.00	7.03	351.50
7.3	PUNTOS DE AA.PP	PTO	15.00	22.83	342.45
7.4	LLAVE DE PASO DE 1/2"RW O SIMILAR	U	5.00	29.57	147.85



**Puppy & Play**

7.5	CAJA DE HORMIGON ARMADO DE AA.SS. (0.60X0.60X0.60 CM) EXTERIOR. INC. TAPA DE HORMIGON CON MARCO Y CONTRAMARCO DE ANG. ACERO	U	3.00	115.00	345.00
7.6	PUNTOS DE AA.SS	PTO	15.00	32.44	486.60
7.7	TUBERIA DE 2" AA.SS	ML	20.00	4.65	93.00
7.8	TUBERIA DE 4" AA.SS	ML	60.00	9.44	566.40
7.9	INODOROS COLOR INC. ACCESORIOS (PROVISIÓN Y MONTAJE)	U	6.00	89.41	536.46
7.10	LAVAMANO DE POZO. COLOR. PARA MESÓN. NO INC. LLAVE	U	6.00	71.50	429.00
7.11	LLAVE PRESS MATIC PARA LAVAMANO FV. O SIMILAR	U	6.00	93.76	562.56
7.12	LAVADERO DE POZO INC. LLAVE (PROVISIÓN Y MONTAJE)	U	1.00	137.02	137.02
			<b>SUBTOTAL 7:</b>		<b>4,070.84</b>
<b>8</b>	<b>PINTURA</b>				
8.1	PINTURA DE CAUCHO/ESMALTE INTERIOR CON EMPASTE	M2	273.80	6.01	1,645.54
8.2	PINTURA DE CAUCHO/ESMALTE EXTERIOR CON EMPASTE	M2	485.80	6.41	3,113.98
			<b>SUBTOTAL 8:</b>		<b>4,759.52</b>
<b>9</b>	<b>PUERTAS Y VENTANAS</b>				
9.1	VENTANA DE ALUMINIO NATURAL Y VIDRIO E=4MM TIPO CORREDIZA	M2	9.00	74.32	668.88
9.2	PUERTA DE LAUREL 2.0x0.90 M INCL. INSTALACION	U	2.00	117.09	234.18
9.3	PUERTA DE LAUREL 2.0x1.0 M INCL. INSTALACION	U	5.00	121.89	609.45
			<b>SUBTOTAL 9:</b>		<b>1,512.51</b>
			<b>SUBTOTAL:</b>		<b>45,982.59</b>
			<b>IVA 12%:</b>		<b>5,517.91</b>
			<b>TOTAL:</b>		<b>51,500.50</b>

## PRESUPUESTO DE EXTERIOR

<u>No.</u>	<u>Rubro / Descripción</u>	<u>Unidad</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Precio unitario</u>	<u>Precio global</u>
	<b>CONSTRUCCION DE PARQUE DE MASCOTAS</b>				
	<b>EXTERIOR</b>				
69	PISO ADOQUIN PEATONAL	M2	593.20	12.88	7,640.42
183	AREA VERDE INCL. TIERRA VEGETAL	M2	1,038.00	10.74	11,148.12
38	HORMIGON SIMPLE EN BORDILLO 0,20 X 0,30 F'C=175KG/CM2 INC. ENCOFRADO	M3	44.00	134.17	5,903.48
49	HORMIGON SIMPLE EN ACERA; ESP = 8 CM; F'C=210KG/CM2; INC. ENCOFRADO	M2	425.29	12.65	5,379.92
53	RAMPA DE HORMIGON SIMPLE PALETEADO PARA DISCAPACITADOS H=0.54M-0.20M, LONG=5.55M, ANCHO PROM.=1.25	GLB	4.00	166.27	665.08
	SUMINISTRO E INSTALACION DE PERFILERIA PARA CERRAMIENTO	ML	210.00	18.63	3,912.30
				<b>TOTAL:</b>	<b>34,649.32</b>

## ANEXO 9. Inversión en activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>PERIODO DE ACCION TRIBUTARIA</b>
<b><u>INVERSIONES DEPRECIABLES</u></b>				
-				
<b>AREA OFICINAS ADMINISTRATIVAS</b>				
ESCRITORIOS PARA OFICINA	2	\$ 300	\$ 600	10 años
SILLA PARA OFICINA	4	\$ 80	\$ 320	10 años
ARCHIVADORES	2	\$ 200	\$ 400	10 años
COMPUTADORAS	2	\$ 600	\$ 1,200	3 años
IMPRESORAS	1	\$ 250	\$ 250	3 años
AIRE ACONDICIONADO 24.000 BTU	1	\$ 1,200	\$ 1,200	5 años
<b>AREA TIENDA DE RECUERDOS</b>				
ESCRITORIO PARA OFICINA	1	\$ 300	\$ 300	10 años
SILLA PARA OFICINA	2	\$ 80	\$ 160	10 años
COMPUTADORA	1	\$ 600	\$ 600	3 años
IMPRESORA	1	\$ 250	\$ 250	3 años

**Puppy & Play**

CAJA REGISTRADORA	1	\$ 150	\$ 150	5 años
AIRE ACONDICIONADO 24.000 BTU	1	\$ 1,200	\$ 1,200	5 años
<b>AREA DEL BAR</b>				
MESAS DE BAR	6	\$ 80	\$ 480	5 años
SILLAS DE BAR	24	\$ 40	\$ 960	5 años
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 150	\$ 150	5 años
TELEVISOR 50 PLG.	1	\$ 1,400	\$ 1,400	3 años
VENTILADOR DE TECHO	5	\$ 180	\$ 900	5 años
EQUIPAMIENTO DEL BAR	1	\$ 2,725	\$ 2,725	5 años
<b>AREA DE BOLETERIA</b>				
MESA PARA BOLETERIA	1	\$ 100	\$ 100	10 años
SILLA PARA BOLETERIA	1	\$ 80	\$ 80	10 años
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 150	\$ 150	5 años
VENTILADOR DE TECHO	1	\$ 180	\$ 180	5 años
<b>AREA DE HABITAD Y ENTREGA DE CACHORROS</b>				
ESCRITORIO PARA OFICINA	2	\$ 300	\$ 600	10 años
SILLA PARA OFICINA	4	\$ 80	\$ 320	10 años
SOFA DE OFICINA	2	\$ 400	\$ 800	10 años
COMPUTADORA	1	\$ 600	\$ 600	3 años
IMPRESORA	1	\$ 250	\$ 250	3 años
TELEVISOR 40 PLG.	1	\$ 900	\$ 900	3 años
VENTILADOR DE TECHO	2	\$ 180	\$ 360	5 años
AIRE ACONDICIONADO 24.000 BTU	1	\$ 1,200	\$ 1,200	5 años
<b>TOTAL</b>			\$ 18,785	

**ANEXO 10. Tabla de amortización**

<b>BENEFICIARIO</b>			
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	CFN		
<b>MONTO EN USD</b>	120,075.88		
<b>TASA DE INTERES</b>	11.83%	T. EFECTIVA	12.4930%
<b>PLAZO</b>	5 Años		
<b>GRACIA</b>	0 Años		
<b>FECHA DE INICIO</b>	15/01/2016		
<b>MONEDA</b>	DOLARES		
<b>AMORTIZACION CADA</b>	30 Días		
<b>Número de períodos</b>	60 para amortizar capital		

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	31/12/2015	120,075.88			
1	30/01/2016	118,598.91	1,183.75	1,476.97	2,660.72
2	29/02/2016	117,107.38	1,169.19	1,491.53	2,660.72
3	30/03/2016	115,601.14	1,154.48	1,506.23	2,660.72
4	29/04/2016	114,080.06	1,139.63	1,521.08	2,660.72
5	29/05/2016	112,543.98	1,124.64	1,536.08	2,660.72
6	28/06/2016	110,992.76	1,109.50	1,551.22	2,660.72
7	28/07/2016	109,426.24	1,094.20	1,566.51	2,660.72
8	27/08/2016	107,844.29	1,078.76	1,581.96	2,660.72
9	26/09/2016	106,246.73	1,063.16	1,597.55	2,660.72
10	26/10/2016	104,633.43	1,047.42	1,613.30	2,660.72
11	25/11/2016	103,004.23	1,031.51	1,629.21	2,660.72
12	25/12/2016	101,358.96	1,015.45	1,645.27	2,660.72
13	24/01/2017	99,697.47	999.23	1,661.49	2,660.72
14	23/02/2017	98,019.60	982.85	1,677.87	2,660.72
15	25/03/2017	96,325.20	966.31	1,694.41	2,660.72
16	24/04/2017	94,614.09	949.61	1,711.11	2,660.72
17	24/05/2017	92,886.10	932.74	1,727.98	2,660.72
18	23/06/2017	91,141.09	915.70	1,745.02	2,660.72
19	23/07/2017	89,378.87	898.50	1,762.22	2,660.72
20	22/08/2017	87,599.28	881.13	1,779.59	2,660.72
21	21/09/2017	85,802.14	863.58	1,797.13	2,660.72
22	21/10/2017	83,987.29	845.87	1,814.85	2,660.72
23	20/11/2017	82,154.55	827.97	1,832.74	2,660.72

**Puppy & Play**

24	20/12/2017	80,303.74	809.91	1,850.81	2,660.72
25	19/01/2018	78,434.68	791.66	1,869.06	2,660.72
26	18/02/2018	76,547.20	773.24	1,887.48	2,660.72
27	20/03/2018	74,641.11	754.63	1,906.09	2,660.72
28	19/04/2018	72,716.23	735.84	1,924.88	2,660.72
29	19/05/2018	70,772.37	716.86	1,943.86	2,660.72
30	18/06/2018	68,809.35	697.70	1,963.02	2,660.72
31	18/07/2018	66,826.98	678.35	1,982.37	2,660.72
32	17/08/2018	64,825.07	658.80	2,001.92	2,660.72
33	16/09/2018	62,803.42	639.07	2,021.65	2,660.72
34	16/10/2018	60,761.83	619.14	2,041.58	2,660.72
35	15/11/2018	58,700.13	599.01	2,061.71	2,660.72
36	15/12/2018	56,618.09	578.69	2,082.03	2,660.72
37	14/01/2019	54,515.54	558.16	2,102.56	2,660.72
38	13/02/2019	52,392.25	537.43	2,123.29	2,660.72
39	15/03/2019	50,248.03	516.50	2,144.22	2,660.72
40	14/04/2019	48,082.68	495.36	2,165.36	2,660.72
41	14/05/2019	45,895.98	474.02	2,186.70	2,660.72
42	13/06/2019	43,687.72	452.46	2,208.26	2,660.72
43	13/07/2019	41,457.69	430.69	2,230.03	2,660.72
44	12/08/2019	39,205.67	408.70	2,252.01	2,660.72
45	11/09/2019	36,931.46	386.50	2,274.22	2,660.72
46	11/10/2019	34,634.82	364.08	2,296.64	2,660.72
47	10/11/2019	32,315.55	341.44	2,319.28	2,660.72
48	10/12/2019	29,973.41	318.58	2,342.14	2,660.72
49	09/01/2020	27,608.18	295.49	2,365.23	2,660.72
50	08/02/2020	25,219.63	272.17	2,388.55	2,660.72
51	09/03/2020	22,807.53	248.62	2,412.09	2,660.72
52	08/04/2020	20,371.66	224.84	2,435.87	2,660.72
53	08/05/2020	17,911.77	200.83	2,459.89	2,660.72
54	07/06/2020	15,427.64	176.58	2,484.14	2,660.72
55	07/07/2020	12,919.01	152.09	2,508.63	2,660.72
56	06/08/2020	10,385.65	127.36	2,533.36	2,660.72
57	05/09/2020	7,827.32	102.39	2,558.33	2,660.72
58	05/10/2020	5,243.77	77.16	2,583.55	2,660.72
59	04/11/2020	2,634.74	51.69	2,609.02	2,660.72
60	04/12/2020	0.000000	25.97	2,634.74	2,660.72

**ANEXO 11. Presupuesto de materias primas, servicios e insumos**

<b>MATERIAS PRIMAS E INSUMOS</b>	
Insumos de Bar	\$ 1,500
Insumos de Tienda	\$ 1,000
Gastos en Alimentación	\$ 1,800
Gastos en Medicina	\$ 900
Gastos de Oficina	\$ 150
<b>Total</b>	<b>\$ 5,350</b>

**ANEXO 12. Presupuesto de personal**

<b>SUELDO Y SALARIOS</b>			
<b>CARGO</b>	<b># PERSONAS</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>TOTAL</b>
Administrador	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Asistente del administrador	1	\$ 366.00	\$ 366.00
Veterinario	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Personal de boletería	1	\$ 366.00	\$ 366.00
Personal del bar	1	\$ 366.00	\$ 366.00
Personal de la tienda de recuerdos	1	\$ 366.00	\$ 366.00
Personal de apoyo	2	\$ 366.00	\$ 732.00
Personal de limpieza	2	\$ 366.00	\$ 732.00
Gerente General	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Gerente Financiero	1	\$ 800.00	\$ 800.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5,928.00</b>

**ANEXO 13. Presupuesto de otros gastos.**

<b>PLAN DE OTROS GASTOS</b>	
<b>RUBROS</b>	<b>VALOR</b>
<b><u>Gastos de mantenimiento</u></b>	
Césped	\$ 300
Juegos	\$ 200
<b><u>Gastos administrativos</u></b>	
Arriendo	\$ 3.000
Servicios básicos	\$ 800
<b><u>Gastos de ventas</u></b>	
Propaganda y publicidad	\$ 300
<b><u>Otros gastos</u></b>	
Vigilancia privada	\$ 1.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.100</b>

**ANEXO 14. Deducciones tributarias**

<b>DEDUCCIONES FISCALES DE ACTIVOS FIJOS</b>								
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>COSTO</b>	<b>% DEPRECIAC.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Total deducción fiscal</b>
Construcción del parque	\$ 169,616	10%	\$ 16,962	\$ 16,962	\$ 16,962	\$ 16,962	\$ 16,962	\$ 84,808
Equipos depreciables a 3 años	\$ 5,450	33.33%	\$ 1,816	\$ 1,816	\$ 1,816			\$ 5,449
Equipos depreciables a 5 años	\$ 9,655	20%	\$ 1,931	\$ 1,931	\$ 1,931	\$ 1,931	\$ 1,931	\$ 9,655
Equipos depreciables a 10 años	\$ 3,680	10%	\$ 368	\$ 368	\$ 368	\$ 368	\$ 368	\$ 1,840
Equipos para el bar	\$ 2,725	33.33%	\$ 908	\$ 908	\$ 908			\$ 2,725
<b>TOTAL DEDUCCION FISCAL</b>	<b>\$ 191,126</b>		<b>\$ 21,985</b>	<b>\$ 21,985</b>	<b>\$ 21,985</b>	<b>\$ 19,261</b>	<b>\$ 19,261</b>	<b>\$ 104,477</b>

## ANEXO 15. Flujo de caja del proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Venta de Entradas		\$ 288,000	\$ 283,968	\$ 279,992	\$ 276,073	\$ 272,208
Otros ingresos		\$ 43,200	\$ 42,595	\$ 41,999	\$ 41,411	\$ 40,831
<b>Total de Ingresos</b>		<b>\$ 331,200</b>	<b>\$ 326,563</b>	<b>\$ 321,991</b>	<b>\$ 317,483</b>	<b>\$ 313,039</b>
<b>EGRESOS</b>						
Compra de Insumos		\$ 64,200	\$ 66,715	\$ 69,327	\$ 72,043	\$ 74,864
Gasto de Personal		\$ 92,314	\$ 95,779	\$ 99,375	\$ 103,105	\$ 106,975
Arriendos		\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000
Mantenimiento y reparación		\$ 6,000	\$ 6,235	\$ 6,479	\$ 6,733	\$ 6,997
Servicios Básicos		\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600
Seguros		\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
Guardianía		\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000
Publicidad		\$ 3,600	\$ 3,741	\$ 3,888	\$ 4,040	\$ 4,198
Intereses por prestamos		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Otros Egresos	-\$ 11,725.00	\$ 3,730	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Participación trabajadores		\$ 0	\$ 10,766	\$ 9,676	\$ 8,001	\$ 6,705
Impuesto a la renta		\$ 0	\$ 13,421	\$ 12,063	\$ 9,974	\$ 8,359
Amortización de deuda		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos locales		\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
<b>Total de Egresos</b>		<b>\$ 237,444</b>	<b>\$ 264,256</b>	<b>\$ 268,408</b>	<b>\$ 271,495</b>	<b>\$ 275,699</b>
Inversión Inicial	-\$ 188,401.46					
Préstamo Bancario						
Aporte de Accionistas						
<b>Flujo de Caja neto</b>	<b>-\$ 200,126.46</b>	<b>\$ 93,755.98</b>	<b>\$ 62,306.76</b>	<b>\$ 53,583.33</b>	<b>\$ 45,988.43</b>	<b>\$ 37,339.68</b>



## ANEXO 16. Flujo de caja de los accionistas

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Venta de Entradas		\$ 288,000	\$ 283,968	\$ 279,992	\$ 276,073	\$ 272,208
Otros ingresos		\$ 43,200	\$ 42,595	\$ 41,999	\$ 41,411	\$ 40,831
<b>Total de Ingresos</b>		<b>\$ 331,200</b>	<b>\$ 326,563</b>	<b>\$ 321,991</b>	<b>\$ 317,483</b>	<b>\$ 313,039</b>
<b>EGRESOS</b>						
Compra de Insumos		\$ 64,200	\$ 66,715	\$ 69,327	\$ 72,043	\$ 74,864
Gasto de Personal		\$ 92,314	\$ 95,779	\$ 99,375	\$ 103,105	\$ 106,975
Arriendos		\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36,000
Mantenimiento y reparación		\$ 6,000	\$ 6,235	\$ 6,479	\$ 6,733	\$ 6,997
Servicios Básicos		\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600	\$ 9,600
Seguros		\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
Guardianía		\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000
Publicidad		\$ 3,600	\$ 3,741	\$ 3,888	\$ 4,040	\$ 4,198
Intereses por prestamos		\$ 13,212	\$ 10,873	\$ 8,243	\$ 5,284	\$ 1,955
Otros Egresos	-\$ 11,725.00	\$ 3,730	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Participación trabajadores		\$ 0	\$ 8,784	\$ 8,045	\$ 6,764	\$ 5,913
Impuesto a la renta		\$ 0	\$ 10,951	\$ 10,030	\$ 8,433	\$ 7,371
Amortización de deuda		\$ 18,717	\$ 21,055	\$ 23,686	\$ 26,645	\$ 29,973
Impuestos locales		\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000
<b>Total de Egresos</b>		<b>\$ 269,373</b>	<b>\$ 291,733</b>	<b>\$ 296,672</b>	<b>\$ 300,646</b>	<b>\$ 305,847</b>
Inversión Inicial	-\$ 188,401.46					
Préstamo Bancario	\$120,075.88					
Aporte de Accionistas						
<b>Flujo de Caja neto</b>	<b>-\$ 80,050.58</b>	<b>\$ 61,827.36</b>	<b>\$ 34,830.48</b>	<b>\$ 25,319.05</b>	<b>\$ 16,837.69</b>	<b>\$ 7,191.75</b>

**ANEXO 17. Estado de resultados**

<b>Estado de Resultados</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas</b>					
Venta de Entradas	\$288,000	\$283,968	\$279,992	\$276,073	\$272,208
Otros ingresos	\$43,200	\$42,595	\$41,999	\$41,411	\$40,831
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$331,200</b>	<b>\$326,563</b>	<b>\$321,991</b>	<b>\$317,483</b>	<b>\$313,039</b>
<b>Costos directos</b>					
Compra de Insumos	\$64,200	\$66,715	\$69,327	\$72,043	\$74,864
Gasto de Personal	\$92,314	\$95,779	\$99,375	\$103,105	\$106,975
<b>Total Costos directos</b>	<b>\$156,514</b>	<b>\$162,494</b>	<b>\$168,702</b>	<b>\$175,148</b>	<b>\$181,840</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$174,686</b>	<b>\$164,069</b>	<b>\$153,289</b>	<b>\$142,336</b>	<b>\$131,199</b>
<b>Costos indirectos</b>					
Comerciales (publicidad)	\$3,600	\$3,741	\$3,888	\$4,040	\$4,198
Administrativos (servicios básicos, seguros, guardianía y mantenimiento)	\$71,600	\$71,835	\$72,079	\$72,333	\$72,597
Impuestos locales	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
Otros Gastos (de constitución y campaña de expectativa)	\$3,730	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total Costos Indirectos</b>	<b>\$80,930</b>	<b>\$77,576</b>	<b>\$77,967</b>	<b>\$78,373</b>	<b>\$78,795</b>
<b>EBITDA</b>	<b>\$93,756</b>	<b>\$86,493</b>	<b>\$75,323</b>	<b>\$63,963</b>	<b>\$52,404</b>
Depreciaciones	\$21,985	\$21,985	\$21,985	\$19,261	\$19,261
Intereses	\$13,212	\$10,873	\$8,243	\$5,284	\$1,955
<b>Utilidad Antes de Participación trabajadores</b>	<b>\$58,559</b>	<b>\$53,635</b>	<b>\$45,094</b>	<b>\$39,418</b>	<b>\$31,189</b>
Participación Trabajadores 15%	\$8,784	\$8,045	\$6,764	\$5,913	\$4,678
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$49,775</b>	<b>\$45,589</b>	<b>\$38,330</b>	<b>\$33,506</b>	<b>\$26,510</b>
Impuesto a la renta	\$10,951	\$10,030	\$8,433	\$7,371	\$5,832
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$38,825</b>	<b>\$35,560</b>	<b>\$29,897</b>	<b>\$26,134</b>	<b>\$20,678</b>

**ANEXO 18. Balance general**

<b>ACTIVO</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	31-dic-15	31-dic-16	31-dic-17	31-dic-18	31-dic-19	31-dic-20
<b>Activo corriente</b>						
Caja Bancos	\$ 0	\$ 61,827.36	\$ 96,657.85	\$ 121,976.90	\$ 138,814.59	\$ 146,006.34
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 61,827</b>	<b>\$ 96,658</b>	<b>\$ 121,977</b>	<b>\$ 138,815</b>	<b>\$ 146,006</b>
<b>Activo no corriente</b>						
<b>Activos fijos</b>						
Propiedad, planta y equipo	\$ 169,616	\$ 169,616	\$ 169,616	\$ 169,616	\$ 169,616	\$ 169,616
Bienes Muebles	\$ 18,785	\$ 18,785	\$ 18,785	\$ 18,785	\$ 18,785	\$ 18,785
Equipos para el bar	\$ 2,725	\$ 2,725	\$ 2,725	\$ 2,725	\$ 2,725	\$ 2,725
Mascotas	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000
Depreciaciones	\$ 0	-\$ 21,985	-\$ 43,971	-\$ 65,956	-\$ 85,217	-\$ 104,477
<b>Total Activos No corrientes</b>	<b>\$ 200,126</b>	<b>\$ 178,141</b>	<b>\$ 156,156</b>	<b>\$ 134,170</b>	<b>\$ 114,910</b>	<b>\$ 95,649</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 200,126</b>	<b>\$ 239,968</b>	<b>\$ 252,814</b>	<b>\$ 256,147</b>	<b>\$ 253,724</b>	<b>\$ 241,655</b>

<b>PASIVO</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	31-dic-15	31-dic-16	31-dic-17	31-dic-18	31-dic-19	31-dic-20
<b>Pasivo no corriente</b>						
Deuda corriente a largo plazo	\$ 120,076	\$ 101,359	\$ 80,304	\$ 56,618	\$ 29,973	\$ 0
<b>Total Pasivo no corriente</b>	<b>\$ 120,076</b>	<b>\$ 101,359</b>	<b>\$ 80,304</b>	<b>\$ 56,618</b>	<b>\$ 29,973</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Pasivo corriente</b>						
Participación de trabajadores	\$ 0	\$ 8,784	\$ 8,045	\$ 6,764	\$ 5,913	\$ 4,678
Impuesto a la renta por pagar	\$ 0	\$ 10,951	\$ 10,030	\$ 8,433	\$ 7,371	\$ 5,832
<b>Total Pasivo corriente</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 19,734</b>	<b>\$ 18,075</b>	<b>\$ 15,197</b>	<b>\$ 13,284</b>	<b>\$ 10,511</b>
<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>\$ 120,076</b>	<b>\$ 121,093</b>	<b>\$ 98,379</b>	<b>\$ 71,815</b>	<b>\$ 43,257</b>	<b>\$ 10,511</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 80,051	\$ 80,051	\$ 80,051	\$ 80,051	\$ 80,051	\$ 80,051
Utilidad retenida	\$ 0	\$ 0	\$ 38,825	\$ 74,384	\$ 104,282	\$ 130,416
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 38,825	\$ 35,560	\$ 29,897	\$ 26,134	\$ 20,678
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 80,051</b>	<b>\$ 118,875</b>	<b>\$ 154,435</b>	<b>\$ 184,332</b>	<b>\$ 210,467</b>	<b>\$ 231,145</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 200,126</b>	<b>\$ 239,968</b>	<b>\$ 252,814</b>	<b>\$ 256,147</b>	<b>\$ 253,724</b>	<b>\$ 241,655</b>