

Ciencias Contables y Administrativas
PET CLUB S.R.L.
“Centro Integral Canino”

Alumnas:
Silvana Agüero
Leticia Schribertschnik

Asunción - Paraguay
2017

INTRODUCCIÓN

El deseo de desarrollo de un plan de negocios de servicios veterinarios, tiene como finalidad cubrir las necesidades de aquellas personas que al momento de viajar o trabajar, no encuentran la forma de estar tranquilos dejando a sus perros solos dentro de casa, de forma que existe una necesidad que actualmente el cliente no está obteniendo dentro de los servicios veterinarios.

En nuestro país, cada vez es más grande el lugar que ocupan las mascotas dentro del seno familiar, se exigen derechos por ellos y se denuncian los maltratos a los que fueran sometidos, cada vez son más las personas que utilizan con mayor frecuencia los servicios de veterinaria para con sus mascotas, exigiendo también variedades de servicios a los que puedan acceder de modo a cuidar y mimar a sus mascotas.

El presente trabajo de tesis tiene como principal objetivo determinar la percepción del segmento del servicio de veterinaria, aplicando un método de investigación concluyente, ya que facilita la obtención de las informaciones necesarias a través del diseño descriptivo, utilizando un formato de encuestas, tipo de muestreo no probabilístico y de variables transversal.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	2
DEDICATORIAS.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
INDICE	5
RESUMEN EJECUTIVO PET CLUB S.R.L.	9
CAPITULO I.....	10
IDEA DEL NEGOCIO	10
1.1. INTRODUCCIÓN A LA IDEA DEL NEGOCIO.....	11
1.2. REQUERIMIENTOS JURÍDICOS.....	12
1.2.1. Razón social de la empresa.	12
1.2.2. Tipo de sociedad.	12
1.2.3. Constitución Jurídica.	12
Resumen de Gastos de Constitución de la Sociedad PET CLUB S.R.L.....	24
1.3. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA U ORGANIZACIÓN.	25
CAPITULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	27
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	28
2.1. OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN.	28
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	28
OBJETIVOS Y REQUERIMIENTOS DE PET CLUB S.R.L.....	29
2.2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	31
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y FUENTE DE DATOS DE PET CLUB S.R.L....	32
2.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	35
PET CLUB S.R.L.	35
2.5. DETERMINACIÓN DEL PLAN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	57
2.6. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	61
2.7. CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN.	64
2.8. ANÁLISIS DE DATOS. INFORMES.	66
2.9. CONCLUSIONES/INFORME.....	93
2.10. VALORIZAR EL COSTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	94
CAPITULO III.PLAN DE MARKETING.	95
3. PLAN DE MARKETING.	96
3.1.-ANÁLISIS DE LA MACROSEGMENTACIÓN.....	96
3.2- ANÁLISIS DE LA MICROSEGMENTACIÓN.	98
ANALISIS DE LA SEGMENTACIÓN.	101
MENSURABILIDAD.	102
3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	104
Características.	105
3.4. PLAN DE MARKETING.	108
3.4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	108
3.4.2. OBJETIVOS.	121
3.4.3. ESTRATEGIAS.....	121
3.4.4. PLANES DE ACCIÓN.	121

PLAN DE MARKETING DE PET CLUB.	122
LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	127
CAPITULO IV. ADMINISTRACION.....	128
4.1. LINEAMIENTO ESTRATÉGICO.	129
4.1.1. VISIÓN.....	129
4.1.2. MISIÓN.....	129
4.1.3. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SECTOR PORTER.....	129
INFORME.....	133
4.1.4. MATRIZ DE ANSOFF.....	134
4.2. PLAN DE ADMINISTRACIÓN.....	136
4.2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.	136
4.2.2 OBJETIVOS.....	143
4.2.3 ESTRATEGIAS.	144
4.2.4. PLAN DE ACCION.....	144
PLAN DE ADMINISTRACION “PET CLUB”.	145
4.3.-ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	147
4.3.1.- ORGANIGRAMA.....	147
ORGANIGRAMA PET CLUB S.R.L.	154
4.3.2.- LAYOUT.....	155
4.3.3.- MANUAL DE FUNCIONES.....	156
4.3.4.- MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	166
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PET CLUB S.R.L.....	167
4.3.5.- FLUXOGRAMAS.	170
4.3.6.-RECURSOS HUMANOS.....	176
4.4. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA DE COSTOS.	177
4.4.-PLAN DE CUENTAS.	178
CAPÍTULO V. ASPECTO ECONÓMICO	182
INDICADORES ECONÓMICOS.	183
5.1. Producto interno Bruto (PIB).....	183
5.2. Balanza comercial (importación/exportaciones).....	184
5.3. Fluctuación del tipo de cambio.....	185
5.4. Comportamiento de la reserva monetaria.	187
5.5. Superávit o déficit Fiscal.....	188
5.6. Inflación.....	188
5.7. Cómo afecta la Economía Paraguaya en PET CLUB S.R.L.	189
CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO.....	190
1. Cuadro de inversiones.....	191
2. Cuadro de cronograma de Inversiones.....	192
3. Cuadro de Depreciación.	193
4. Cuadro de Servicio de la Deuda.....	194
5. Cuadro de RRHH.....	195
6. Cuadro de Ingresos.	196
7. Cuadro de Egresos.....	198

8. Cuadro de punto de equilibrio.	199
9. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.	200
10. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento.	201
11. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento.....	203
12. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento.....	205
13. Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento.	207
14. Ratios Financieros.	209
Informe Índices Financieros.....	210
Responsabilidad Social Empresarial.	212
Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del proyecto.....	212
Plan de expansión.....	213
CONCLUSIÓN.....	217
ANEXOS	218
MATERIALES BIBLIOGRÁFICOS Y DOCUMENTALES CONSULTADOS...269	

RESUMEN

Este proyecto de negocio busca determinar la viabilidad en la implementación de una empresa dedicada al rubro de los servicios veterinarios exclusivo para caninos, ubicada en la ciudad de Asunción, en el Barrio Manorá.

Para demostrar la factibilidad de este proyecto se realiza un estudio de mercado, de manera a identificar y enfocar el mercado meta.

Para llegar a los clientes potenciales, se elabora un plan de marketing para la empresa, de manera a que ésta se dé a conocer dentro del mercado.

Para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto se realiza un estudio económico financiero, evaluando el proyecto mediante el VAN y la TIR.

También se realiza una descripción del proceso de apertura y puesta en marcha de la empresa, las consideraciones técnicas y sanitarias a tener en cuenta, además de la planificación de los recursos humanos, financieros y materiales necesarios.

Se realiza un proyecto de expansión a 5 (cinco) años, de manera a demostrar el crecimiento potencial de la empresa dentro del mercado en un periodo determinado de tiempo. Según la investigación realizada el mercado objetivo está conformado por los clientes potenciales que utilizan los servicios de veterinaria (vacunas, estética y enfermedades), quienes valoran el buen trato al animal, la higiene y la rapidez en el servicio. El 98% de las personas encuestadas coincidieron en estar de acuerdo con la creación de un centro integral canino con la implementación de servicios de hospedaje, guardería y sesiones de gimnasio. Finalmente, el proyecto refleja una viabilidad jurídica, comercial, y financiera, donde la inversión inicial es recuperada en 1 año, 8 meses de funcionamiento y el VAN corresponde a 1.191.494.902 siendo éste positivo, lo cual significa que el proyecto será rentable y puede llevarse a cabo. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 75% y nuestra Relación Costo Beneficio es de 1,96 veces nuestra inversión total.