

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**Alumna:** PEÑA RUIZ ALEJANDRA  
GUADALUPE

LA  
ORGANIZACIÓN  
COMO PARTE  
FUNDAMENTAL DE  
LA EMPRESA

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	3
<b>LA ORGANIZACIÓN COMO PARTE FUNDAMENTAL DE LA EMPRESA</b> .....	4
Elementos que componen una organización .....	4
Estrategias genéricas .....	4
Objetivos estratégicos .....	5
Ubicación.....	5
<b>Patrimonio</b> .....	6
Capacidad de las Instalaciones.....	6
Finalidad del Producto/servicio.....	6
Distribución de las Instalaciones.....	6
Rivalidad Entre Competidores.....	7
<b>Factor humano</b> .....	8
Selección, contratación e inducción.....	8
Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño .....	9
<b>Organización</b> .....	9
Diseño de Puestos y Funciones.....	10
<b>Entorno</b> .....	12
Político .....	12
Social-cultural .....	13
DemoFigura .....	13
Económico .....	13
Medioambiental.....	14
Tecnológico .....	14
Legal .....	14
Amenaza de Nuevos Competidores .....	15
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	16

# INTRODUCCIÓN

En este pequeño ensayo hablamos el proceso organizacional y sus elementos de una empresa, son la parte fundamental de una empresa ya que con ellas podemos lograr los objetivos y metas. Actualmente, las mascotas ocupan un lugar muy importante en los hogares e incluso muchos los consideran como un miembro de la familia, sin considerar el estrato cultural. Este sentimiento genera mayor preocupación, sensibilidad y orientación hacia la prevención y cuidado de las mascotas, en alimentación, salud y sobretodo seguridad.

## LA ORGANIZACIÓN COMO PARTE FUNDAMENTAL DE LA EMPRESA

### Pet-Go

Nace a raíz que identificamos el crecimiento cada vez más fuerte en el amor, cariño y cuidado por las mascotas especialmente por los perros y gatos. Consideramos que esta tendencia se debe a muchos factores como: económico, social y principalmente a cambios culturales. En tal sentido, la defensa por el bienestar y protección de las mascotas cada vez es mayor.



Por lo cual, nuestra idea es nombrada PetGO que hace referencia a dos palabras en inglés, la palabra “pet” que significa mascota, que es aquel animal criado en un hogar y la palabra “go” que en español puede significar ir, pasar, pero el uso de esta palabra se tomó como referencia por el furor de la aplicación “PokemonGO”<sup>3</sup>, el cual consistía atrapar unos animales mientras uno iba caminando en la calle.

Elementos que componen una organización

### Estrategias genéricas

Es la diferenciación para el mercado actual de las mascotas es ofrece nuestro producto y sus beneficios asociados (programa de beneficios) para que sea perdurable en el tiempo, es un producto único en el mercado. Es difícil de imitar debido a que los beneficios y los socios estratégicos serán exclusivos. No podemos tener socios estratégicos que tengan alianzas similares y los beneficios que otorguen deben ser diferentes a otros beneficios ofrecidos.

El precio va a ser asequible, incluso habrá también membresías de distintos tipos y precios, para adecuarse al presupuesto mensual destinado a gastar para la mascota.

El retorno de la inversión será alto, debido a que la carga social y los costos fijos son mínimos, siendo que las placas son tercerizadas. Ellas nos van a dejar un alto margen.

## Objetivos estratégicos

MAPA ESTRATÉGICO		BALANCE SCORE CARD			
Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Meta	Responsable	Iniciativa
<b>Financiera</b>	Aumentar el retorno de la inversión	ROI (Rentabilidad)	0.07	Gerencia y Área de Finanzas	Control mensual de flujos financieros
	Mejorar el margen de ganancia	Margen de Utilidad	0.15		Control de costos
<b>Clientes</b>	Obtener nuevos clientes	% de clientes actuales respecto al mes anterior	+ 2% de nuevos clientes	Área de Marketing, y Área de Operaciones	Implementar plan de marketing
	Aumentar la satisfacción de los clientes	% clientes satisfecho / total	+ 20% de clientes satisfechos		Analizar calidad del producto / buen trato al cliente
	Reforzar percepción de la marca	Cantidad de clientes mensuales referidos.	Ser una de las primeras opciones para adquirir un servicio para la mascotas		Nro. de seguidores de la marca.
<b>Procesos</b>	Obtener asociados que ofrecen los mejores servicios en	Nro. de ofertas realizadas a las empresas de	Nro. de asociados del mercado de mascotas	Área de Recursos Humanos y	Plataforma tecnológica actualizada de asociados.

## Ubicación

Está ubicado en el distrito de molina



## Patrimonio

### Capacidad de las Instalaciones

El área elegida para el funcionamiento de nuestra oficina, contara con una extensión de 12m<sup>2</sup>, 4 de ancho y 8 de largo, con una capacidad para 8 personas, y un área de 2x2 para almacenar, el mismo que cuenta con los siguientes ambientes:

- ✚ Área de recepción (área de ventas).
- ✚ Servicios (SSHH).
- ✚ Almacén.
- ✚ Oficina gerencial.
- ✚ Se necesitará realizar los siguientes trámites para la ejecución del proyecto.
- ✚ Tramite de licencia de funcionamiento
- ✚ Tramite de certificado de Defensa Civil
- ✚ Tramite de construcción

### Finalidad del Producto/servicio

Ofrecer un producto de calidad que coadyuve al bienestar y seguridad de su mascota, brindándole tranquilidad al cliente, al saber que su mascota estará más segura y que contara con información relevante para cualquier asistencia en una emergencia, sumado a ello beneficios de entretenimiento y de belleza.

### Distribución de las Instalaciones

La oficina de PetGO tiene un área de 12 M<sup>2</sup>, la cual estará dividida de la siguiente manera:

- ✚ Contará con el área de recepción y ventas, la cual se encontraba ubicada en toda la parte de la entrada, de 3x3.70 M<sup>2</sup>.
- ✚ Contará con los servicios mixto (SSHH), el cual estará ubicado en la parte derecha posterior a la recepción, un área de 1.20x1.40 M<sup>2</sup>
- ✚ Se contará con una oficina interna gerencial, donde se llevarán a cabo todo el control, planes, estrategias, área de 4.50x2.20 M<sup>2</sup>
- ✚ Por último, se contará con un pequeño almacén, el cual estará ubicado en la parte derecha del fondo, con un ingreso único solo por la parte de la oficina interna gerencial 3.25x1.40 M<sup>2</sup>

El Balance General para los años del proyecto es el siguiente:

BALANCE GENERAL					
Año	1	2	3	4	5
Efectivo	S/. 104,047.20	S/. 107,389.08	S/. 105,036.38	S/. 100,705.27	S/. 92,546.70
Banco (Capital de trabajo)	S/. 4,176.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Activos Fijos Brutos	S/. 23,610.00	S/. 23,610.00	S/. 23,610.00	S/. 23,610.00	S/. 23,610.00
Depreciación y Amortización Acumulada	-S/. 4,181.00	-S/. 8,362.00	-S/. 12,543.00	-S/. 16,724.00	-S/. 19,655.00
Activos Fijos Netos	S/. 19,429.00	S/. 15,248.00	S/. 11,067.00	S/. 6,886.00	S/. 3,955.00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>S/. 127,652.20</b>	<b>S/. 122,637.08</b>	<b>S/. 116,103.38</b>	<b>S/. 107,591.27</b>	<b>S/. 96,501.70</b>
Préstamo	S/. 31,150.50	S/. 26,135.38	S/. 19,601.68	S/. 11,089.57	S/. 0.00
<b>Total Pasivo</b>	<b>S/. 31,150.50</b>	<b>S/. 26,135.38</b>	<b>S/. 19,601.68</b>	<b>S/. 11,089.57</b>	<b>S/. 0.00</b>
Capital Social	S/. 96,501.70	S/. 96,501.70	S/. 96,501.70	S/. 96,501.70	S/. 96,501.70
Resultado Acumulado					
<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/. 96,501.70</b>	<b>S/. 96,501.70</b>	<b>S/. 96,501.70</b>	<b>S/. 96,501.70</b>	<b>S/. 96,501.70</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>S/. 127,652.20</b>	<b>S/. 122,637.08</b>	<b>S/. 116,103.38</b>	<b>S/. 107,591.27</b>	<b>S/. 96,501.70</b>

Nos muestra un equilibrio en las cuentas. Como se puede apreciar, el modelo de negocio nos permite ser autosuficientes, no requiriendo reinvertir por lo que no guardamos utilidades como caja. Está calculado nuestro capital de trabajo y nuestro método de cobro al contado. Esto nos permite no tener problemas de liquidez

## Rivalidad Entre Competidores

En el mercado de mascotas no cuenta con una empresa que ofrezca el servicio de localización con membresías con beneficios para las mascotas. Se considera que la rivalidad de los competidores es baja. Poder de Negociación de los Clientes Como clientes tenemos a las familias y dueños de perros y gatos. El cliente considera a la mascota como parte esencial de su familia y busca brindarle todo tipo de engruimientos y atenciones. Al obtener productos y exigir servicios cada vez más personalizados para sus compras. Por lo cual, en el mercado de mascotas podemos encontrar dos partes, una que son los productos de consumo que se encuentran los alimento, juguetes, accesorios y productos para las mascotas como anti pulgas, y la otra parte el cuidado o servicios para la mascota. Los dueños resaltan que cuidar una mascota representa un presupuesto adicional, en promedio el gasto mensual es de 220 soles, solo por comida y baño en la veterinaria. El 70% de los hogares lleva a su mascota al veterinario

## Factor humano

Pet Go aplicará el régimen laboral de la microempresa, la remuneración del personal queda fijada según las condiciones legales establecidas por el Ministerio de Trabajo teniendo obligaciones laborales diferentes a los comprendidos en el régimen laboral, según detalle:

INDICADOR/RÉGIMEN	MICROEMPRESA
Beneficios sociales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Remuneración Mínima Vital</li> <li>2. Jornada máxima</li> <li>3. Descanso semanal</li> <li>4. Trabajo en sobretiempo</li> <li>5. Feriados</li> <li>6. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.</li> </ol>

Se adjunta un detalle de la planilla de Pet Go considerando que, al inicio de la gestión de la empresa, se ha considerado que el primer año el gerente general y los jefes de área tendrán una jornada laboral de medio tiempo al menos los primeros meses, en base a las ventas y proyecciones del primer año.

Es por ello, que se ha considerado el 50% del sueldo del Gerente y de los Jefes de Área, el pago de SIS se ha considerado un 1.49%, el monto total es cubierto por el empleador. Asimismo, se ha tomado un seguro complementario en caso de riesgo (SCTR) para cubrir a sus colaboradores de cualquier riesgo en caso de accidente o pensión en caso de invalidez (parcial o permanente).

Cargo	Cant.	Incidencia	Sueldo	Aporte empleador			Costo Total
				Subtotal	SIS	SCTR	
						0.63%	
Gerente General	1	50%	S/ 4,000.00	S/ 2,000.00	S/ 29.80	S/ 12.60	S/ 2,042.40
Jefe de Operaciones	1	50%	S/ 4,000.00	S/ 2,000.00	S/ 29.80	S/ 12.60	S/ 2,042.40
Jefe de Marketing	1	50%	S/ 4,000.00	S/ 2,000.00	S/ 29.80	S/ 12.60	S/ 2,042.40
Jefe de RR.HH.	1	50%	S/ 4,000.00	S/ 2,000.00	S/ 29.80	S/ 12.60	S/ 2,042.40
Recepción y atención al cliente	1		S/ 1,800.00	S/ 1800.00	S/ 13.41	S/ 5.67	S/ 1819.08

## Selección, contratación e inducción

Una vez que se haya seleccionado a los candidatos idóneos para el puesto se les programará una cita para que se les realice las pruebas psicológicas que estarán a cargo de una psicóloga. Este servicio se tercerizará a la consultora de RR.HH.



## Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño

Capacitación: Los colaboradores recibirán capacitación de acuerdo a las necesidades y perfil del puesto que le permitirá adquirir mayores conocimientos.

La mejora de los procesos y beneficioso para la organización:

**Gerente General:** Seminarios, cursos de actualización para ejecutivos, en las diferentes áreas, Administración, Finanzas, Operaciones, Marketing, Estrategias entre otros que se dicten en diversas universidades y escuelas de negocios.

**Jefe de Operaciones:** Seminarios, cursos de actualización y especialización para ejecutivos, en las diferentes áreas, Operaciones.

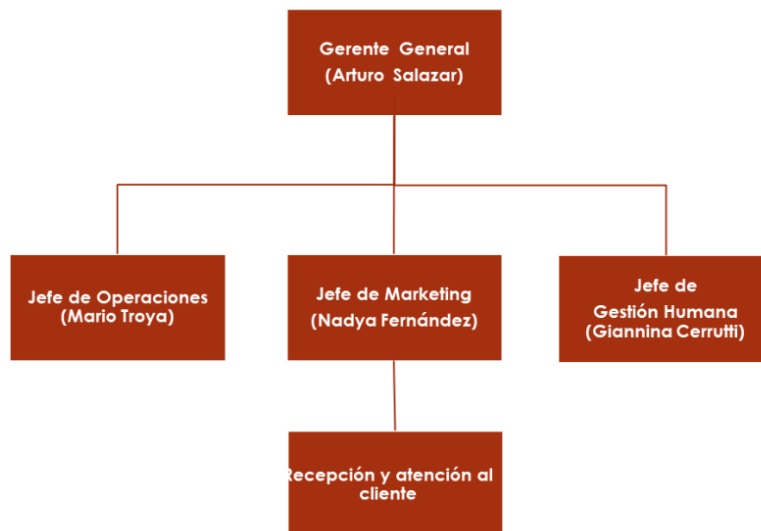
**Jefe de Marketing:** Seminarios, cursos de actualización y especialización para ejecutivos Marketing, Estrategias, Atención al cliente entre otros que se dicten en diversas universidades y escuelas de negocios.

**Jefe de RR. HH:** Seminarios, cursos de actualización y especialización para ejecutivos en Gestión Humano, Administración. entre otros que se dicten en diversas universidades y escuelas de negocios.

**Recepción y atención al cliente:** Cursos de actualización en atención y servicio al cliente en institutos y universidades.

## Organización

Organigrama



Este esquema es una estructura funcional con un gerente general quien tomará las decisiones de la empresa que busca una respuesta de gestión rápida, basados que es una empresa que pequeña que recién iniciaría sus actividades, y que otorga la oportunidad a todos los integrantes de apoyar en determinados puestos de acuerdo a sus experiencias y competencias profesionales, con una línea horizontal de tres jefaturas: Jefe de Operaciones, Jefe de Marketing y Jefe de Gestión Humana.

## **Diseño de Puestos y Funciones**

### **Cargo: Gerente General**

Misión: Responsable de tomar las decisiones y hacer uso de los recursos de la empresa en la forma más eficiente y eficaz para la sostenibilidad de la empresa y generar mayor rentabilidad.

Supervisa funcionalmente: Jefaturas Operaciones, Marketing, RR.HH.

Funciones:

- ✚ Representar legal de Pet Go
- ✚ Celebrar y firmar contratos y alianzas estratégicas a nombre de Pet Go.
- ✚ Encargo de promover y hacer cumplir los objetivos estratégicos de la empresa
- ✚ Definir las funciones y metas de cada área
- ✚ Planificar y proyectar las metas de corto y largo plazo
- ✚ Evaluar el cumplimiento de la meta de satisfacción del personal
- ✚ Ejecutar y supervisar el plan económico y financiero

### **Cargo: Jefe de Operaciones**

Misión: Responsable en la entrega del producto y servicio en óptimos niveles de calidad haciendo uso de los recursos de la manera más eficiente y eficaz.

Funciones:

- ✚ Supervisar el correcto funcionamiento de los sistemas para un óptimo proceso y servicio de atención a los clientes.
- ✚ Establecer matrices de riesgo de las operaciones de la empresa

- ✚ Lograr los niveles deseados de eficiencia de calidad y servicio de nuestros productos
- ✚ Responsable en garantizar el adecuado abastecimiento de existencias de acuerdo a la demanda proyectada.
- ✚ Sugerir y promover mejoras en los procesos y procedimientos al logro de los objetivos corporativos.
- ✚ Realizar el control periódico y mantenimiento de inventarios.
- ✚ Encargado de gestionar las compras y selección de proveedores, en coordinación de la Gerencia General y la Jefatura de Marketing.

**Cargo: Jefe de Marketing**

Misión: Encargo de satisfacer la necesidad de los clientes entregando valor a través de nuestros

productos y servicios.

Área: Marketing

Funciones:

Desarrollar el Plan de Marketing

- ✚ Lograr las metas de ventas y servicio en base al objetivo de Marketing y de la organización.
- ✚ Lograr los objetivos cualitativos de Marketing en relación a los objetivos organizacionales.
- ✚ Planear y programar las estrategias de comunicación y campañas promocionales en relación con la marca y en la fidelización de los clientes.
- ✚ Supervisar el presupuesto destinado al área.
- ✚ Encargado de la promoción de la empresa a través de redes sociales

**Cargo: Jefe de RR.HH.**

Misión: Seleccionar y desarrollar las capacidades del talento humano, basado en la misión, valores de la organización para alcanzar la visión de la organización.

Funciones:

- ✚ Responsable en la generación de un clima laboral positivo
- ✚ Responsable de los planes de motivación del colaborador (es)
- ✚ Generar y promover el respeto, confianza, el trabajo en equipo y una comunicación activa y abierta.
- ✚ Difundir y apoyar una cultura organizacional para que el (os) colaboradores se identifiquen con los objetivos y valores de la empresa.
- ✚ Promover el bienestar del (os) colaboradores manteniendo un equilibrio entre la vida laboral y personal.

### **Cargo: Recepción y atención al cliente**

Misión: Brindar un servicio calidad en la atención al cliente, dando respuesta rápida y oportuna.

Funciones:

- ✚ Dar atención y orientación a los clientes
- ✚ Atender las llamadas locales o de larga distancia,
- ✚ Proporcionar información oportuna, rápida a clientes vía teléfono o presencial
- ✚ Atender los pedidos
- ✚ Informar a los ejecutivos y trabajadores acerca de las llamadas o encargos recibidos
- ✚ Proporcionar información a través del teléfono a los clientes o personas que lo soliciten.
- ✚ Recibir y registrar y tramitar correspondencia que ingrese a la empresa.

## **Entorno**

### **Análisis pestel**

#### **Político**

El entorno político del Perú, debido a bastantes cuestionamientos sobre el maltrato de animales por parte de los dueños entre otros, el 07 de enero de 2016 se aprobó la ley n° 30407 "Ley De Protección Y Bienestar Animal"4 ley que sanciona con pena

privativa de la libertad no mayor de tres años, con 100 a 180 días multa, a los responsables de actos de crueldad contra animales domésticos, en caso de muerte del animal, la pena se amplía de tres hasta cinco años de cárcel, con 150 a 360 días de multa e inhabilitación, todo esto con la finalidad de parar los abusos y maltratos contra estos animales.

### **Social-cultural**

En la actualidad las mascotas son consideradas como parte importantes de las familias Limeñas. Esta preferencia se refleja en todos los niveles socioeconómicos. En los hogares Limeños de NSE A, B y C, el número promedio de mascotas es de dos, mientras que en los de NSE D y E, el número se eleva a tres, encontramos que el 80.1% de los hogares con mascotas tienen perros, en segundo lugar, con 36.8% tienen gatos y el resto en menor medida corresponde a tenencia de animales pequeños como pericos, hámster, entre otros.

Tanto así es el crecimiento de la tendencia de petlover o amantes de mascotas que se refleja en las nuevas medidas que optan empresa inmensa como Ripley7 y Sodimac y medianos como cafés al considerarse establecimientos Pet Friendly, es decir lugares donde permiten ingresar a los clientes con sus mascotas.

### **DemoFigura**

Hoy en día, las mascotas ocupan un espacio muy importante en los hogares Limeños que hace 20 años, el cual se registró 55% de las familias para el año 2016, esto quiere decir que 1.37 millones de hogares de Lima Metropolitana tiene alguna mascota en casa, y se estima que para el 2021 la cifra llegará a los 1.45 millones. Sin duda la mascota es considerada un integrante más de la familia ya que crean un vínculo muy fuerte, de amor y responsabilidad.

### **Económico**

El sector servicios obtuvo en los últimos cinco años un crecimiento de 24,7% por un mejor desempeño de telecomunicaciones y servicios financieros, el cual se puede reflejar como un escenario positivo para la población y al emprendedor. En Lima Metropolitana la inversión anual de alimento para las mascotas es de S/ 62.9 millones. Según un estudio realizado en las ciudades más importantes del Perú

indica que los dueños invierten en promedio 220 soles al mes en el cuidado de sus mascotas, principalmente en alimento especializado, servicios veterinarios y accesorios, tales como platos de comida, juguetes, ropa, collares y demás. Este crecimiento nos beneficia para poder introducirnos en este nicho de mercado.

### **Medioambiental**

Estamos alineados con el cuidado del medio ambiente. El QR va a permitir brindar una serie de datos y documentación sobre la mascota, así como los beneficios que pueda llegar a tener si es miembro Premium.

### **Tecnológico**

A través de la tecnología de códigos QR permite almacenar datos e información dando la posibilidad de escanear dicho código desde un Smartphone y acceder a la información del dueño y otros datos relevantes de la mascota. Esta tecnología permite y acelera el uso de servicios web para móviles, es una herramienta digital muy creativa y de fácil uso. Dentro del mercado hemos encontrado diferentes servicios y productos para el cuidado de las mascotas. Una de ellas es el microchip, el cual es implantado en el animal, permite identificar a sus dueños y así poder retornar al hogar. Sin embargo, el uso de esta tecnología tiene algunas limitantes: es preciso llevar al animal hasta un lector de chip, además que debe ser insertado en el animal por un personal especializado. Otras son el uso de un localizador o rastreador GPS que permite conocer la ubicación de la mascota en tiempo real a través de una aplicación.

### **Legal**

El congreso promulgo la - Ley de protección y bienestar animal - LEY - N° 30407 que protege el bienestar de los animales. Con el objetivo de “frenar el maltrato, la crueldad causados directa o indirectamente por las personas, que ocasiona sufrimiento innecesario, lesión o muerte a los animales”. A pesar que se cuenta con una ley que protege a los animales, las entidades no realizan las acciones correspondientes para su cumplimiento, con nuestro modelo de negocio lo que queremos hacer es que el animal tenga un registro de su identidad y así dar a conocer el rol de las mascotas para las personas y para la sociedad.

## Amenaza de Nuevos Competidores

Se ha identificado los siguientes competidores potenciales en el mercado. Aquellos que ofrecen sus servicios a través de collares con GPS, otros con el implante de chip y por último que ofrece el código QR.

iPet Perú GPS Pet Tracker -(<https://www.facebook.com/iPet-PeruGPS-Pet-Tracker-353816011465548/>) El tema del GPS es que te pueden brindar la localización de tu mascota siempre y cuando tengas el GPS con conexión a internet que requieren tener la mayoría de veces una tarjeta SIM. Los que son de conexión directa tienen un rango limitado. Si la



mascota está fuera del rango de alcance, no indicará su ubicación. Los que requieren conexión a internet si te puede dar la ubicación exacta.

iPet ID Perú (<https://www.facebook.com/registrodemascotasperu/>)

El implante de chip21 es implantado en el animal y permite identificar a sus dueños y así poder retornar al hogar. Sin embargo, el uso de esta tecnología tiene algunas limitantes: es preciso llevar al animal hasta un lector de chip en veterinarias asociadas, además que debe ser insertado en el animal por un personal especializado.

## **CONCLUSIÓN**

En conclusión, como acabamos de ver es muy importante contar con cada uno de los elementos de la organización de una empresa ya que es el logro del éxito, por ende, tener una buena relación con los proveedores y Empleados para controlar el cumplimiento de la calidad de calidad y mantener innovaciones en la innovación. Las ventajas ofrecidas porque se consideran importantes para el crecimiento de la empresa.