



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA
CANINA, DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO AL
NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en
Administración de Empresas

Autor(a)

Guerrero Iñiguez Sabine Gabriela

Tutor(a)

Ing. Sánchez Montero Ivanna Karina

QUITO – ECUADOR

2023

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

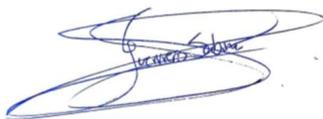
Yo, Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA CANINA, DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”, como requisito para optar al grado de Licenciada de Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 01 días del mes de agosto del 2023, firmo conforme:

Firma:



Autor: Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez
Número de Cédula: 1719299875
Dirección: Quito - Ecuador
Correo Electrónico: zabineguerrero@gmail.com
Teléfono: 0984816006

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA CANINA, DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**” presentado por Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez, para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 01 de agosto del 2023

.....

Msc. Ivanna Karina Sanchez Montero
0201836491

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Quito, 01 de agosto 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez', is written over a horizontal dotted line.

Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez
1719299875

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA CANINA, DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO” previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 01 de agosto de 2023

.....

ECO. MERCEDES GALARRAGA CARVAJAL
LECTORA

.....

PARVANEH SAEIDI PHD
LECTORA

DEDICATORIA

A mi madre Lorena Iñiguez,

Quien tuvo que enfrentar el reto de ser madre soltera y lo hizo con valentía y amor, nunca se dejó vencer, me dio la fortaleza aún en los momentos en los que me quería rendir, quien estuvo a mi lado desde que inicie mi carrera y es la que me motiva todos los días a seguir adelante.

A mis tres perritos: Chewbbacca, Leía y Miranda,

Que me enseñaron el amor incondicional y son lo mejor que me han pasado en la vida, fueron mis compañeros fieles durante las noches de desvelo, me acompañaron en todo este proceso y son mi motivación para la creación de este plan de negocios.

A Arturo Jaramillo,

Quien fue mi maestro en el colegio, mi guía, mi mejor amigo y como un padre para mí, es la persona que confió en mis capacidades me motivó a estudiar y en todo momento me miró con los ojos llenos de posibilidades, incluso cuando yo no lo veía.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por mostrarme en cada momento que, a pesar de la adversidad, siempre hay una luz al final del túnel.

Quiero agradecer a mis abuelos Bolívar, Elsa, Mayta y Eduardo, gracias a Dios aún los tengo con vida y están siempre cuidándome y velando por mi bienestar.

A mi tío Fernando Guerrero, que fue como un padre para mí y desde mi adolescencia me motivó a culminar mis estudios.

A mis amigas Sara Vergara, Sofía Castellano y Valeria Morales por su amistad incondicional, por ser mi familia y por demostrarme el sentido de la amistad en este largo camino.

Quiero agradecer a mis profesoras Ivanna Sánchez y Mercedes Galarraga, por ser siempre una motivación para los alumnos, nos apoyaron en cada paso, nos forjan como excelentes administradores con ética y profesionalismo, pero lo más importante nos enseñan a ser buenas personas.

Pero sobre todo quiero agradecerme a mí, porque me demostré a mí misma que si puedo, que a pesar de las cosas que sucedieron a lo largo de este camino, nunca me rendí, tuve dos trabajos para pagarme mis estudios y sacar a mi familia adelante, me toco ser la cabeza de mi hogar y a pesar de las batallas que la vida nos da, siempre vienen tiempos mejores.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
INTRODUCCIÓN.....	1
MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	2
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	2
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	2
<i>Fundamentación del Servicio o Producto.....</i>	<i>2</i>
<i>Tabla de características del producto o servicio</i>	<i>4</i>
1.3 MERCADO	5
<i>Público objetivo de su producto o servicio</i>	<i>5</i>
1.4 DEMANDA POTENCIAL	23
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	23
<i>Análisis del microambiente.....</i>	<i>23</i>
<i>Análisis del macro ambiente</i>	<i>25</i>
<i>Proyección de la oferta.....</i>	<i>28</i>
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	28
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	29
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING	31
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN	31
OPERACIONES.....	34
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	34
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	34
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.....</i>	<i>39</i>
<i>Tecnología a aplicar.....</i>	<i>47</i>

<i>Factores que afectan las operaciones</i>	48
2.3CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	49
<i>Capacidad de Producción Futura.</i>	49
2.4DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	50
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar</i>	50
2.5CALIDAD	51
<i>Método de Control de Calidad.</i>	51
2.6NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO	52
<i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	52
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	55
3.1OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	55
3.2ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	55
<i>Visión de la Empresa</i>	55
<i>Misión de la Empresa</i>	55
<i>Objetivos y estrategias</i>	55
3.3ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	58
<i>Organización Interna</i>	58
3.4 <i>Descripción de puestos.</i>	59
3.5CONTROL DE GESTIÓN	63
<i>Indicadores de gestión</i>	63
NECESIDADES DE PERSONAL.....	64
JURÍDICO LEGAL	65
4.1OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	65
4.2DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	65
4.3REGISTROS DE MARCAS	67
EVALUACIÓN FINANCIERA	68
5.1OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	68

5.2PLAN DE INVERSIONES.....	68
5.3CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	70
<i>Mano de Obra</i>	70
<i>Depreciación</i>	70
<i>Proyección de la depreciación</i>	71
<i>Detalle de Costos</i>	71
<i>Proyección de Costos</i>	72
<i>Detalle de Gastos</i>	73
<i>Proyección Gastos</i>	73
5.4PLAN DE FINANCIAMIENTO	74
<i>Forma de financiamiento</i>	74
5.5CÁLCULO DE INGRESOS.....	75
<i>Proyección de Ingresos</i>	76
5.6PUNTO DE EQUILIBRIO	77
5.7ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	83
5.8FLUJO DE CAJA.....	84
5.9EVALUACIÓN FINANCIERA.....	85
<i>Indicadores</i>	85
BIBLIOGRAFÍA	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del servicio	4
Tabla 2. Categorización de sujetos	5
Tabla 3. Dimensión conductual	6
Tabla 4. Dimensión geográfica	6
Tabla 5. Dimensión demográfica	6
Tabla 6. Métodos de recolección	8
Tabla 7. Objetivo estratégico	9
Tabla 8. Encuesta	11
Tabla 9. ¿Con que frecuencia visita centros comerciales?.....	13
Tabla 10. ¿Cuándo acude al centro comercial que servicios o actividades suele realizar?	14
Tabla 11. En estas actividades ¿Los locales dentro del centro comercial a los que acude son pet friendly? (amigables con las mascotas)	15
Tabla 12. ¿Usted posee perros?	16
Tabla 13. Si su respuesta fue si, ¿qué tamaño considera que tiene su perro?	17
Tabla 14. ¿Cuándo acude a un centro comercial lleva a su perro con usted?	17
Tabla 15. ¿Cree usted que es importante que los centros comerciales permitan un espacio para el cuidado de sus perros, mientras usted realiza otras actividades dentro del mismo?	18
Tabla 16. ¿Le gustaría contar con un espacio dentro del centro comercial que le permita a su perro tener un servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria?	19
Tabla 17. ¿De los siguientes servicios cual utiliza más para sus perros?	20
Tabla 18. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por hora, en una guardería canina dentro de un centro comercial?	21
Tabla 19. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por la peluquería canina dentro de un centro comercial?.....	22
Tabla 20. Demanda potencial	23
Tabla 21. Matriz de evaluación de factores externos (efe)	25
Tabla 22. Matriz de evaluación de factores internos (efi)	26
Tabla 23. Matriz de perfil competitivo (mpc).....	27
Tabla 24. Proyección de la oferta	28
Tabla 25. Demanda potencial insatisfecha.....	28
Tabla 26. Cronograma de medios	33

Tabla 27. Tabla de tiempos	36
Tabla 28. Especificaciones técnicas de la maquinaria a utilizar	40
Tabla 29. Artefactos tecnológicos a utilizar	43
Tabla 30. Especificaciones técnicas de muebles y enseres.....	44
Tabla 31. Actividades del personal operativo.....	45
Tabla 32. Tecnología a aplicar.....	47
Tabla 33. Número de trabajadores operarios	48
Tabla 34. Capacidad de producción futura de la peluquería canina	49
Tabla 35. Capacidad de producción futura de la guardería canina	49
Tabla 36 materias primas y grado de sustitución.....	50
Tabla 37. Protocolos de seguridad y salud para una guardería canina	53
Tabla 38. Protocolos de seguridad e higiene para una peluquería canina.....	53
Tabla 39. Seguridad e higiene ocupacional	54
Tabla 40. Análisis foda	56
Tabla 41. Descripción de puesto administradora.....	59
Tabla 42. Descripción de puesto de asistente administrativa	60
Tabla 43. Descripción de puesto del estilista canino	61
Tabla 44. Descripción de puesto del cuidador canino	62
Tabla 45. Indicadores de gestión	63
Tabla 46. Necesidades de personal	64
Tabla 47. Requisitos para construir una s.a.s.....	65
Tabla 48. Requisitos para obtener el permiso del cuerpo de bomberos.....	66
Tabla 49. Obtención del permiso de funcionamiento – arca.....	66
Tabla 50. Registro de marcas de productos y servicios único para personas naturales	67
Tabla 51. Derechos y obligaciones del empleador	67
Tabla 52. Plan de inversión.....	68
Tabla 53. Capital de trabajo	69
Tabla 54. Rol de pagos trabajadores	70
Tabla 55. Depreciación	70
Tabla 56. Proyección de la depreciación a 5 años	71
Tabla 57. Detalle de costos	71
Tabla 58. Proyección de costos.....	72
Tabla 59. Detalle de gastos	73
Tabla 60. Proyección de gastos.....	73
Tabla 61. Plan de financiamiento.....	74

Tabla 62. Estructura del financiamiento	74
Tabla 63. Determinación del precio de venta unitario	75
Tabla 64. Cálculo y proyección de ingresos a cinco años	76
Tabla 65. Datos para el punto de equilibrio - guardería	77
Tabla 66. Punto de equilibrio - guardería	79
Tabla 67. Datos para el punto de equilibrio - peluquería.....	80
Tabla 68. Punto de equilibrio - peluquería.....	82
Tabla 69. Estado de resultados proyectado.....	83
Tabla 70. Flujo de caja.....	84
Tabla 71. Tasa mínimo aceptable de rendimiento (tmar)	85
Tabla 72. Valor actual neto (van)	86
Tabla 73. Ingresos proyectados.....	87
Tabla 74. Egresos proyectados	87
Tabla 75. Relación beneficio costo.....	88
Tabla 76. Período de recuperación.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cevcan	10
Figura 2. Sinai	10
Figura 3. ¿Con que frecuencia visita centros comerciales?	13
Figura 4. ¿Cuándo acude al centro comercial que servicios o actividades suele realizar?.....	14
Figura 5. En estas actividades ¿Los locales dentro del centro comercial a los que acude son pet friendly? (amigables con las mascotas)	15
Figura 6. ¿Usted posee perros?	16
Figura 7. Si su respuesta fue si, ¿qué tamaño considera que tiene su perro?.....	16
Figura 8. ¿cuándo acude a un centro comercial lleva a su perro con usted?.....	17
Figura 9. ¿cree usted que es importante que los centros comerciales permitan un espacio para el cuidado de sus perros, mientras usted realiza otras actividades dentro del mismo?.....	18
Figura 10. ¿le gustaría contar con un espacio dentro del centro comercial que le permita a su perro tener un servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria?.....	19
Figura 11. ¿De los siguientes servicios cual utiliza más para sus perros?	20
Figura 12. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por hora, en una guardería canina dentro de un centro comercial?	21
Figura 13. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por la peluquería canina dentro de un centro comercial?.....	22
Figura 14. Logotipo.....	29
Figura 15. Mapa de procesos	34
Figura 16. Flujograma guardería canina	37
Figura 17. Flujograma peluquería canina	38
Figura 18. Distribución de las instalaciones saso pets	39
Figura 19 encuesta de satisfacción.....	51
Figura 20. Mapa estratégico.....	57
Figura 21. Organigrama estructural.....	58
Figura 22. Organigrama funcional	58
Figura 23. Punto de equilibrio - guardería	79
Figura 24. Punto de equilibrio - peluquería	82

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Ecuación 1. Fórmula de la muestra	7
Ecuación 2. Punto de equilibrio en cantidad – guardería	77
Ecuación 3. Punto de equilibrio en dólares – guardería	78
Ecuación 4. Punto de equilibrio en porcentaje – guardería	78
Ecuación 5. Punto de equilibrio en cantidad – peluquería	80
Ecuación 6. Punto de equilibrio en dólares – peluquería	81
Ecuación 7. Punto de equilibrio en porcentaje – peluquería	81

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA CANINA, DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”

AUTOR: Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez

TUTOR: Msc. Ivanna Sanchez Montero

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de negocios “SASO PET”, es una empresa que se dedicara al cuidado canino con los servicios de guardería y peluquería, dentro del centro comercial el Condado. Se desea ofrecer variedad de atributos que combinados generan seguridad al cliente; en primer lugar, la comodidad, dentro de la guardería canina habrá espacios adaptados para los diferentes tamaños de las mascotas, además de que las actividades sincrónicas recreativas serán en base al análisis conductual del perro, para con esto evitar accidentes entre ellos. En segundo lugar, la seguridad del dueño del canino, se realizará una transmisión en vivo por TIKTOK visualizar el proceso de peluquería del canino. Este negocio se crea con la determinación del mercado con la población que se encuentra al norte de la Ciudad de Quito, en la zona parroquial del Condado, el grupo objetivo son personas que tienen caninos dentro de dicho sector. Se aplico una encuesta que determino 89.9% de aceptación del servicio. Con esto se obtuvo la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha del mercado, confirmando que existe un gran mercado que satisfacer. Se definió la capacidad productiva, el inventario requerido, las personas, equipos y maquinaria necesarios y el tipo de empresa bajo la figura de una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS). Para concluir se realizó un análisis financiero que determina la viabilidad del proyecto, de acuerdo con los indicadores del VAN con \$49.266,90 TIR del 54% y costo beneficio del \$1.30, es decir por cada dólar vendido se recibe 0.30 ctvs.

DESCRIPTORES: Caninos, centro comercial, guardería, peluquería, perros.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

THEME: BUSINESS PLAN TO CREATE A DOG DAYCARE, IN THE
"CONDADO" SHOPPING

AUTHOR: Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez

TUTOR: Msc. Ivanna Karina Sanchez Montero

ABSTRACT

This business plan "SASO PET" is a company that will be dedicated to dog care with daycare and grooming services in the "Condado" Shopping Center. It is desired to offer a variety of attributes that combined generate security for the client; first of all, comfort. In the canine daycare, there will be spaces adapted for the different sizes of these in addition that the synchronous recreational activities will be based on the behavioral analysis of the dog to avoid accidents between them. Secondly, for the safety of the canine owner, a live broadcast will be made on TIKTOK to visualize the process of grooming the canine. This business is created with the market determination with the population located at the north of Quito city, in the parish area of Condado. The target group is people who have canines in this sector. A survey was applied that determined 89.9% acceptance of the service. With this, the market's demand, supply, and unsatisfied demand were obtained, proving that there is a large market to satisfy. The productive capacity, the required inventory, the people, equipment, and machinery needed, and the type of company was defined under the figure of a Simplified Stock Company (SAS). To conclude, a financial analysis was carried out to determine the project viability, according to the NPV indicators with an IRR of \$49,266.90 of 54% and a cost-benefit of \$1.30, which means, for every dollar sold, 0.30 cents. is received.

KEYWORDS: Canines, daycare, grooming, dogs, shopping center

INTRODUCCIÓN

Se propone un plan de negocios para la creación de una Guardería Canina dentro del centro comercial El Condado, que brinde soluciones y atienda las necesidades de las personas que tienen caninos y que asisten con ellos dicho centro comercial.

Sabemos que las mascotas se han convertido en un miembro más de la familia, razón por la cual los usuarios se preocupan al tener que dejarlos en casa cuando salen a realizar sus compras, es por esto, que se quiere ofrecer comodidad y tranquilidad a los usuarios que van a este centro comercial, brindando atención y cariño a sus mascotas creando un espacio exclusivamente para ellos. En donde a parte de los servicios de guardería, pueden optar por peluquería y compra de accesorios o comida.

Con esto a continuación se explicará un breve resumen de lo que se presentará en cada capítulo:

Capítulo I. Mercado y Comercialización: En este capítulo se plantea la parte comercial del proyecto para la creación de la guardería y peluquería canina, de igual manera, se menciona la oferta, la demanda potencial, la encuesta, la creación de la marca, el logotipo del producto, las estrategias de marketing y el plan de comunicación.

Capítulo II. Operaciones: En este capítulo se detalla los procesos operacionales para los servicios de guardería y peluquería canina, el número de trabajadores y maquinaria que se utilizara, la capacidad de producción futura, la materia prima especificada y la normativa que afecta a las instalaciones.

Capítulo III. Área de Organización y Gestión: En este capítulo se plantea la estructura organizacional, que permitirán las especificaciones de los puestos y funciones del personal, FODA, la misión, visión, los objetivos y estrategias a utilizar.

Capítulo IV. Jurídico Legal: En este capítulo se detalla todos los antecedentes y normativa legal para que norme el funcionamiento de la empresa.

Capítulo V. Evaluación Financiera: Por último, en este capítulo se desarrolla todo el estudio financiero para ver la viabilidad del proyecto el cual se incluirá el valor de la inversión inicial, ingresos, gastos, punto de equilibrio, estado de resultados, flujo de caja, el cálculo del TMAR, VAN y TIR indicadores que permitirán el desarrollo del plan de negocios.

CAPITULO I

Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Revisar la factibilidad de la creación de una Guardería canina en el centro comercial “El Condado”, ofreciendo seguridad y tranquilidad a los clientes y a sus caninos que visiten este lugar.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio Fundamentación del Servicio o Producto.

El País crece cada año, pero no solo la población humana, sino también la canina, según un estudio de la Secretaría de Salud del Distrito Metropolitano de Quito, 3 de cada 5 familias tienen una mascota en su casa. (EL TELÉGRAFO , 2015)

Gracias a este aumento significativo y desmedido de mascotas en las Ciudades se genera un problema de cohabitación, por lo que se analizan las interrelaciones que tenemos con nuestras mascotas y el cómo tener una correcta tenencia de estas.

La tenencia responsable de mascotas en el Ecuador y el mundo ha aumentado significativamente en estos últimos años, con el tiempo se han implementado leyes que regulan la responsabilidad que se debe tener hacia la vida de los animales, las nuevas generaciones de ecuatorianos, sobre todo de estrato social medio y alto, tienen mascotas en lugar de hijos según Miguel de la Torre director de Kantar Ecuador. (Torre, 2022)

Es por esta razón, que al ser considerados como parte de las familias los dueños tratan de realizar cada vez más actividades con sus mascotas pues se puede observar como en los centros comerciales, cafeterías, restaurantes, hoteles y tiendas departamentales son cada vez más “Pet Friendly” o amigables con las mascotas, haciéndolos parte de su día a día y gastando en servicios de cuidado y alimentación, sin escatimar en gastos.

Los centros comerciales ofrecen varios servicios en un solo lugar, seguridad para los vehículos, comodidad, alimentación, entretenimiento, entre otros. Es un lugar donde familias y amigos pueden reunirse, sin embargo, en Ecuador, no existen lugares adecuados para atender a las mascotas dentro de los centros comerciales, aún está prohibido el acceso de animales a estos lugares o a su vez si permiten la entrada, es con la condición de que los lleven cargadas en brazos.

Un reporte de Visa Consulting & Analytics revela que las transacciones efectuadas en América Latina y el Caribe con las tarjetas de débito y crédito de esa marca aumentaron más del 30% en el primer trimestre de 2022 para pagar artículos relacionados al bienestar de las mascotas.

"Este fenómeno promete seguir en aumento, pues el segmento de cuidado para mascota, también conocido como Petcare, crece en canales tradicionales y ocupa un espacio cada vez más importantes en plataformas de comercio electrónico." ("El mercado de cuidado de mascotas continúa creciendo") En este último, ha crecido de manera sostenida, alrededor de un 15% anual, mostrando un comportamiento mucho mejor que el de las economías latinoamericanas en su conjunto.

En Ecuador, las cifras reflejan un aumento similar a la tendencia regional y mundial. Por un lado, las empresas registradas relacionadas con la producción y servicios para mascotas han aumentado, pasando de 155 en 2014 a 307 en mayo de 2019. Un crecimiento superior al 100% en solo 5 años. (Forero, 2020)

Tabla de características del producto o servicio

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Tabla 1. Características del Servicio

CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
Guardería Canina	El servicio de guardería incluye alimentación, higiene y actividades de recreación. Los perros serían monitoreados por un circuito de cámaras en lugares estratégicos en donde se les puede observar todas sus actividades, además de que los propietarios podrán dar seguimiento a la transmisión de dichas cámaras desde cualquier lugar que se encuentre.
Peluquería Canina	El servicio de peluquería incluirá corte de pelo y uñas, limpieza de oídos, limpieza de glándulas anales, cepillado, perfume y un pañuelo en caso de que sean machos y peinado a elección para las hembras, en donde se utilizarán productos adecuados para cuidar el pelaje dependiendo de las necesidades del perro. Con una transmisión en vivo por la Red Social Tiktok.
Servicios veterinarios	Al momento de que ingresa el canino se realiza una ficha de ingreso y registro de la atención. Se realizará inspección y control sanitario, si el dueño lo requiere se podrá desparasitar y vacunar.
Venta de accesorios caninos	Ventas de accesorios caninos, alimento de variadas marcas, ropa y premios.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

1.3 Mercado

Público objetivo de su producto o servicio

Este servicio puede ser utilizado por todas las personas que tengan perros y que acudan al Centro Comercial “El Condado”, es importante mencionar que el mercado objetivo son las personas que habitan en el sector con el mismo nombre, sin embargo, a dicho centro comercial asisten personas de todas las provincias. En el Ecuador no se ha realizado un censo exclusivamente de mascotas, pero gracias a los estudios que se han realizado en Latinoamérica podemos aproximarnos a la cantidad de familias dentro del sector que serían beneficiadas con el servicio de Guardería Canina.

Categorización de sujetos

Determinar a los clientes con los que la empresa se relacionará de manera directa e indirecta.

Los clientes se categorizan de la siguiente manera:

Comprador. Las personas que pagarían por este servicio serían los dueños del canino.

Decidor: La persona que decide si adquirir este servicio sería la familia del canino.

Usuario: El usuario sería el canino

Influyente: La decisión de llevar a una guardería que presta servicios por horas y peluquería influye por amigos, expertos, redes sociales y familia. A través de las recomendaciones de estos.

Tabla 2. Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	El dueño del canino
¿Quién usa?	El canino
¿Quién decide?	La familia
¿Qué influye?	Amigos, familia, expertos y redes sociales

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Estudio de Segmentación

El mercado objetivo se encuentra ubicado al Norte de Quito en el sector del Condado.

Tabla 3. Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	SOCIAL, RECONOCIMIENTO
TIPO DE COMPRA:	COMPARACIÓN
RELACIÓN CON LA MARCA:	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 4. Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	HABITANTES
PAÍS	ECUADOR	18.275.867,00
PROVINCIA	PICHINCHA	3.282.233,00
CIUDAD URBANA Y RURAL	QUITO	2.827.106,00
PARROQUÍA	CONDADO	86.094,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 5. Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	HABITANTES
FAMILIAS	CONDADO	21.524
FAMILIAS CON CANINOS	FAMILIA CON CANINOS	12.914
USUARIOS	SERVICIO CANINOS	5166

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Plan de muestreo

El servicio de Guardería Canina será en la Ciudad de Quito dentro del Centro Comercial el “Condado”. Según Condori-Ojeda, Porfirio (2020) dice que la muestra es parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población. Para aplicar la muestra se aplicó la fórmula de la población finita, con una población 5166.

Fórmula utilizada para saber el número de personas a encuestar:

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

Simbología

n= Tamaño de la muestra =?

Z= Nivel de confianza = 95% - 1.96

p= Probabilidad de población con la característica deseada = 0.5

q= Probabilidad de población sin la característica deseada = 0.5

N= Población = 5.166

e= Error de la muestra = 0.05

Aplicación de la Formula:

Ecuación 1. Fórmula de la Muestra

$$= \frac{5.166 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(5.166 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{4961.43}{13.87}$$

$$n = 358$$

Al momento de aplicar la fórmula de población finita para la muestra se encontró el número de 358 personas a ser encuestadas, la misma que va a hacer segmentada a las personas que tengan perros, conociendo así el nivel de aceptación, el valor que estarían dispuestos a pagar de los dos servicios más importantes y si estuviesen dispuestos a adquirir el servicio

Instrumentos para recopilar información

Los instrumentos para recopilar los datos o información son los que nos indican a detalle herramientas para obtener la información de una manera más precisa y objetiva. A continuación, se detalla, los principales requerimientos de información que se necesita para el desarrollo de este plan de negocios.

Objetivo Específico: Determinar el mercado potencial para la Guardería Canina

Tabla 6. Métodos de Recolección

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar cuántas personas hay en la Ciudad de Quito	Secundaria	INEC – Ecuador en cifras	Bases de datos
Determinar cuántas personas tienen perros en el Ecuador	Secundaria	Proecuador	Bases de datos
Determinar cuántas personas pagan por servicios de guardería canina en Latinoamérica	Secundaria	Asociación Mexicana de Tiendas de Mascotas (AMTM)	Base de datos
Determinar la frecuencia con la que las personas visitan centros comerciales	Primaria	Personas encuestadas	Encuestas
Determinar las actividades que realizan en la visita a centros comerciales y si los locales son amigables con las mascotas.	Primaria	Personas encuestadas	Encuestas
Determinar cuánto estarían dispuestos a pagar los clientes por los dos servicios principales	Primaria	Personas encuestadas	Encuestas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Objetivo Estratégico: Tendencia del Mercado Canino

Tabla 7. Objetivo Estratégico

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Determinar el mercado potencial	Primaria	Cientes Potenciales	Encuesta
Tendencia del Mercado Canino	Secundaria	Estudios en Latinoamérica	Páginas Web

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Diseño y recolección de información.

La encuesta aplicada está conformada de 11 preguntas, para conocer las preferencias en cuanto al valor a pagar de los dos servicios principales, al tamaño de su canino y para encontrar si estarían dispuestos a utilizar los servicios.

Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

Se analizará los artículos de crecimiento del mercado canino, junto con videos de guardería y peluquerías en YouTube, que ayudaron al momento de fundamentar este plan de negocios, adicional revisar los censos poblacionales en Latinoamérica referentes al crecimiento del “Pet Care” o cuidado canino, para el reconocimiento de las necesidades que surgen en los dueños de los caninos.

SERVICIOS AGRUPADOS

Necesidad 1

Principales Competidores

Existe una alta amenaza de competidores, cerca de donde se desarrollará el Plan de Negocios. Ya que, al ser un servicio integrado de guardería, peluquería y venta de accesorios y alimentos para las mascotas, alrededor del centro comercial habría 3 competidores directos.

Los principales competidores son:

CEVCAN

Diversificación: Atención veterinaria y peluquería canina, acompañado de venta de accesorios, alimentación y medicina para mascotas.

Posicionamiento: Sector el Condado.

Figura 1. Cevcan



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

SINAI

Diversificación: El HVDES es una empresa dedicada al servicio de la comunidad brindando servicios integrales en el área veterinaria, pensando siempre en la innovación y la pasión en todas nuestras áreas. Además, contamos con servicios complementarios para satisfacer a los clientes en sus necesidades. (HVDES , 2022)

Posicionamiento: Sector el Condado.

Figura 2. Sinai



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Necesidad 2

Atención en el cambio de los gustos de consumidores

Al pasar de los años, las mascotas se han convertido en un miembro más de la familia es por esto, que desean pasar más tiempo con ellos, al existir prohibición de entrada en los centros comerciales a las mascotas surge un problema que resolver; la Guardería Canina, se va a encargar de cubrir esta necesidad, brindando un servicio que de tranquilidad a los dueños de los caninos.

En el centro comercial “El Condado”, existe el problema de que las mascotas al momento de ingresar deben ir en los brazos de sus dueños o en el caso de que sean razas más grandes no pueden entrar, esto ocurre en la mayoría de los centros comerciales en el Ecuador. Gracias al movimiento de la última década, referente al “Pet Care” o cuidado de mascotas, las empresas se ven en la necesidad de implementar espacios en los que puedan estar las mismas.

INFORMACIÓN PRIMARIA

Tabla 8. Encuesta

ENCUESTA PARA ESTUDIO DE MERCADO DE LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA CANINA

La siguiente encuesta se realiza únicamente con fines académicos y de investigación, su razón de ser es evidenciar el mercado objetivo de un servicio.

1. ¿Con que frecuencia visita centros comerciales?

- a) Diariamente
 - b) Semanalmente
 - c) Mensualmente
 - d) Trimestralmente
 - e) Nunca
-

2. ¿Cuándo acude al centro comercial que servicios o actividades suele realizar?

- a) Banco
 - b) Supermercado
 - c) Entretenimiento
 - d) Alimentación
 - e) Compras de ropa, zapatos o accesorios personales
 - f) Otros
-

3. En estas actividades, los locales que acude son Pet Friendly (amigables con las mascotas)

- a) Si
 - b) No
 - c) Algunos
-

4. ¿Usted posee perros?

- a) Si
- b) No

5. Si su respuesta fue si, ¿Qué tamaño considera que tiene su perro?

- a) Pequeño
- b) Mediano
- c) Grande

6. ¿Cuándo acude a un centro comercial lleva a su perro con usted?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cree usted que es importante que los centros comerciales permitan un espacio para el cuidado de sus perros, mientras usted realiza otras actividades dentro del mismo?

- a) Si
- b) No

8. ¿Estaría dispuesto a llevar a su perro a un centro comercial que le ofrezca servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria?

- a) Si
- b) No

9. ¿De los siguientes servicios cual utiliza más para sus perros?

- a) Guardería
- b) Peluquería
- c) Veterinaria
- d) Paseo
- e) Ninguno

10. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por hora, en una Guardería Canina dentro de un centro comercial?

- a) 1-5 dólares por hora
- b) 10 - 15 dólares por hora
- c) 20 dólares en adelante
- d) No estaría dispuesto a pagar

11. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por la peluquería Canina dentro de un centro comercial?

- a) 10 – 15 dólares
- b) 20 – 25 dólares
- c) 25 dólares en adelante
- d) No estaría dispuesto a pagar

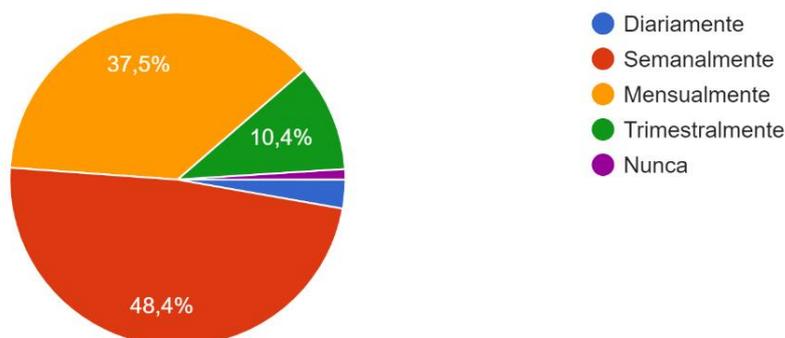
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

ENCUESTA

Figura 3. ¿Con que frecuencia visita centros comerciales?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 9. ¿Con que frecuencia visita centros comerciales?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	11	2,8%
Semanalmente	191	48,4%
Mensualmente	148	37,5%
Trimestralmente	41	10,4%
Nunca	4	1%
TOTAL:	395	100%

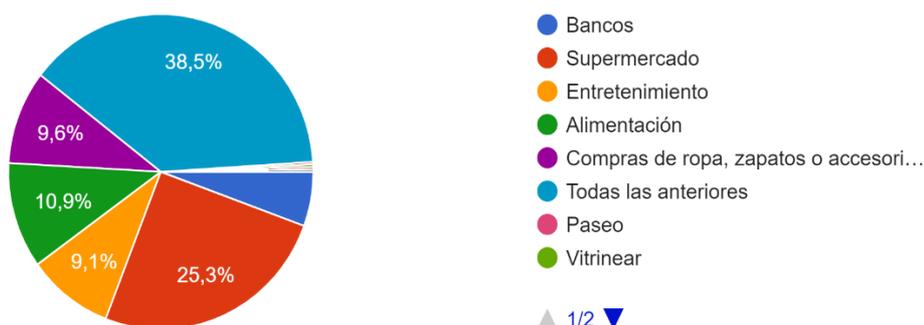
Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que, de las personas encuestadas al realizar la visita a los centros comerciales el 2,8% visita diariamente, el 48,2% semanalmente, el 37,5% mensualmente, el 10,5% trimestralmente y el 1% nunca.

Interpretación: La mayor cantidad de visitas al centro comercial son semanalmente, lo que significaría algo positivo ya que vendrían a ser clientes potenciales.

Figura 4. ¿Cuándo acude al centro comercial que servicios o actividades suele realizar?
395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta
Elaborado por: Autora

Tabla 10. ¿Cuándo acude al centro comercial que servicios o actividades suele realizar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bancos	22	5,6%
Supermercado	100	25,3%
Entretenimiento	36	9,1%
Alimentación	43	10,9%
Compras de ropa, zapatos o accesorios personales	38	9,6%
Todas las anteriores	152	38,5%
Otros	4	1,2
TOTAL:	395	100%

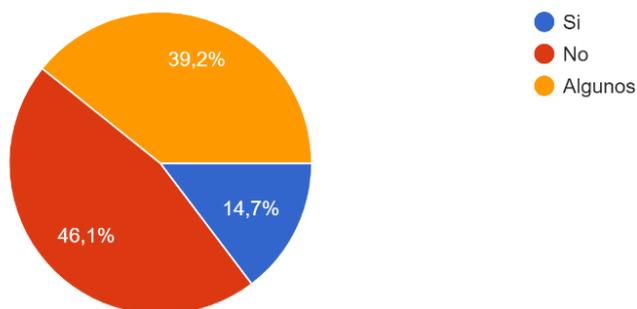
Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que los encuestados al visitar los centros comerciales a realizar actividades o servicios el 5,6% van a Bancos, el 25,3% van al supermercado, el 9,1% a entretenimiento, el 10,9% a alimentarse, el 9,6 a realizar compras de ropa, zapatos o accesorios personales, el 38,5% todas las respuestas anteriormente mencionadas y otros el 1,2%.

Interpretación: Se observa que la mayoría de personas realizan todas las actividades (Bancos, supermercado, entretenimiento, alimentación, compras de ropa, zapatos o accesorios personales) es decir que la cantidad de respuestas favorecen al giro del negocio ya que las personas destinan la mayor cantidad de tiempo en varias actividades en la visita al centro comercial, por lo que al ser posibles clientes dejarían por más tiempo a sus caninos en la Guardería hasta culminar todas sus actividades.

Figura 5. En estas actividades ¿Los locales dentro del centro comercial a los que acude son Pet Friendly? (amigables con las mascotas)

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 11. En estas actividades ¿Los locales dentro del centro comercial a los que acude son Pet Friendly? (amigables con las mascotas)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	58	14,7%
No	182	46,1%
Algunos	155	39,2%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

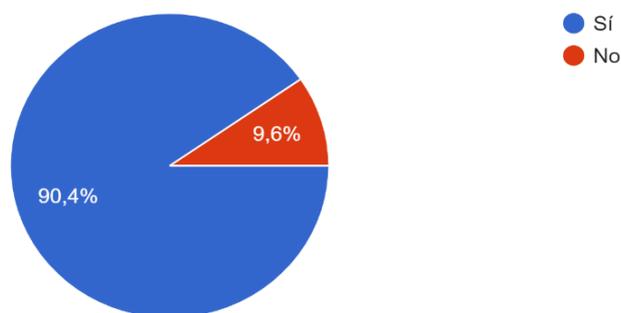
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que de las personas encuestadas sobre si los locales dentro del centro comercial a los que acuden son Pet Friendly o amigables con las mascotas corresponde al 14,7% que sí son, el 46,1% que no son y el 39,2% que algunos.

Interpretación: En esta pregunta, se da respuesta a que en efecto la mayoría de las personas encuestadas, al ir con sus mascotas los lugares que visitan no permiten el ingreso de estas.

Figura 6. ¿Usted posee perros?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 12. ¿Usted posee perros?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	357	90%
No	38	9,6%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

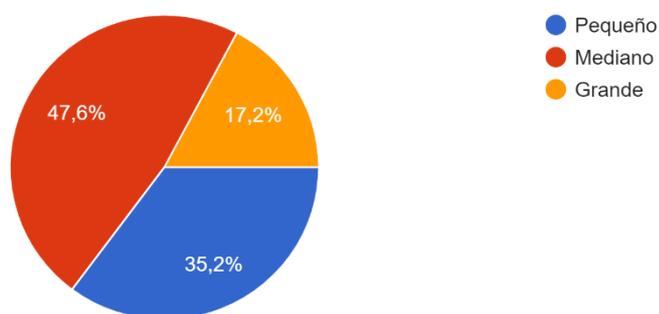
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que, de las personas encuestadas que tienen perros el 90% respondió que sí y el 9,6% que no.

Interpretación: En esta pregunta con los resultados obtenidos se puede encontrar que la mayoría de las personas encuestadas tienen canino/s.

Figura 7. Si su respuesta fue si, ¿Qué tamaño considera que tiene su perro?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 13. Si su respuesta fue si, ¿Qué tamaño considera que tiene su perro?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pequeño	139	35,2%
Mediano	188	47,6%
Grande	68	17,2%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

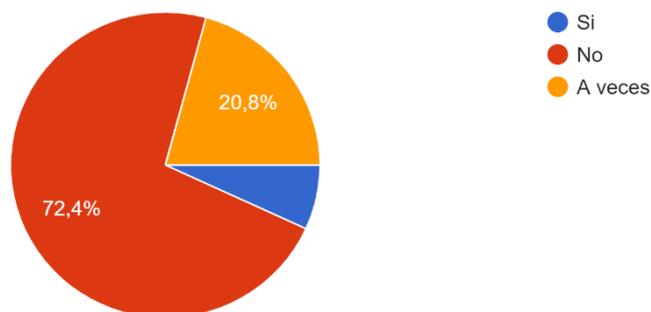
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que, de las personas encuestadas que tienen perros el tamaño de su mascota corresponde al 35,2% pequeños, al 47,6% medianos y el 17,2% grandes.

Interpretación: Esta pregunta es beneficiosa ya que nos da una idea de que las personas optan en su mayoría por tener caninos pequeños y medianos, esto ayuda a estimar el tiempo al día de cuantos perros se puede atender, ya que se puede hacer más servicios en un día por su tamaño.

Figura 8. ¿Cuándo acude a un centro comercial lleva a su perro con usted?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 14. ¿Cuándo acude a un centro comercial lleva a su perro con usted?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	27	6,8%
No	286	72,4%
A veces	82	20,8%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

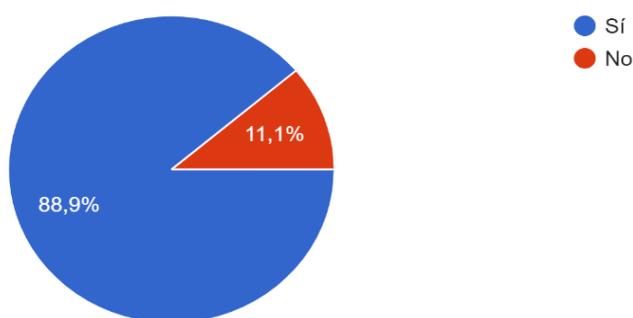
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que, de las personas encuestadas que tienen perros y los llevan consigo el 6,8% respondió que sí, el 72,5% que no y el 20,8% a veces.

Interpretación: En esta pregunta se puede observar que la mayoría de las personas no llevan a su canino con ellos al momento de ir a un centro comercial.

Figura 9. ¿Cree usted que es importante que los centros comerciales permitan un espacio para el cuidado de sus perros, mientras usted realiza otras actividades dentro del mismo?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 15. ¿Cree usted que es importante que los centros comerciales permitan un espacio para el cuidado de sus perros, mientras usted realiza otras actividades dentro del mismo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	351	88,9%
No	44	11,1%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

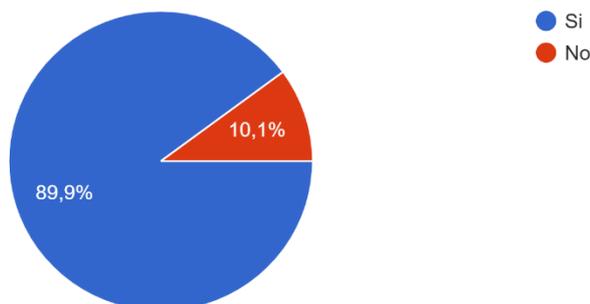
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que, de las personas encuestadas que consideran importante que los centros comerciales permitan un espacio para el cuidado de sus perros mientras realizan otras actividades el 88,9% respondió que sí y el 11,1% que no.

Interpretación: En esta pregunta con los resultados obtenidos la mayoría de las personas encuestadas consideran que, si es importante que los caninos tengan un espacio dentro de un centro comercial, esto es beneficioso para el negocio ya que pueden ser clientes potenciales.

Figura 10. ¿Le gustaría contar con un espacio dentro del centro comercial que le permita a su perro tener un servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 16. ¿Le gustaría contar con un espacio dentro del centro comercial que le permita a su perro tener un servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	355	89,9%
No	40	10,1%
TOTAL:	395	100%

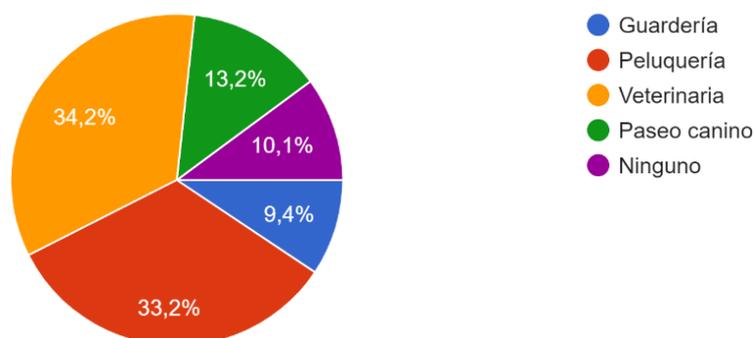
Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que, de las personas encuestadas consideran importante que los centros comerciales permitan tener un servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria el 89,9% respondió que sí y el 10,1% que no.

Interpretación: En esta pregunta con los resultados obtenidos la mayoría de las personas encuestadas consideran que, si es importante que los caninos tengan un espacio de guardería que tenga peluquería y guardería, esto es beneficioso para el negocio ya que se demuestra que si se tiene mercado potencial para el negocio.

Figura 11. ¿De los siguientes servicios cual utiliza más para sus perros?
395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 17. ¿De los siguientes servicios cual utiliza más para sus perros?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guardería	37	9,4%
Peluquería	131	33,2%
Veterinaria	135	34,2%
Paseo canino	52	13,2%
Ninguno	40	10,1%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

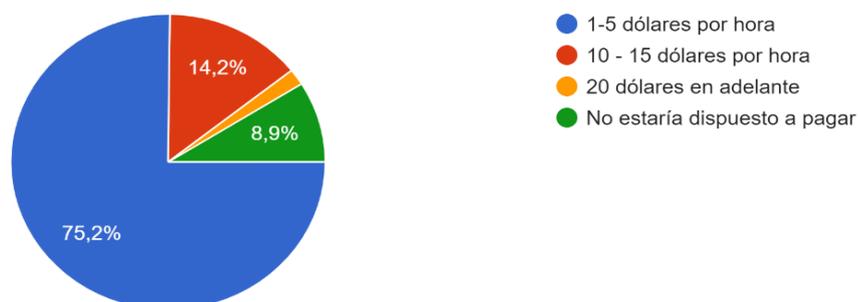
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que los servicios que las personas encuestadas usan más para sus mascotas son el 9,4% utiliza guardería, el 33,2% peluquería, el 34,2% veterinaria, el 13,2% paseo canino y el 10,1% ninguno de estos servicios.

Interpretación: Se puede observar que los servicios que más utilizan los dueños de los caninos son la veterinaria y la peluquería. Dichos servicios si se brindarán en la Guardería Canina.

Figura 12. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por hora, en una Guardería Canina dentro de un centro comercial?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 18. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por hora, en una Guardería Canina dentro de un centro comercial?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5 dólares por hora	297	75,2%
10 - 15 dólares por hora	56	14,2%
20 dólares en adelante	7	1,8%
No estaría dispuesto a pagar	35	8,9%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

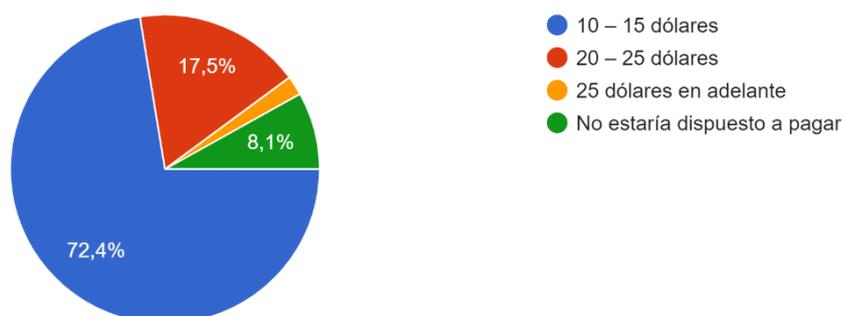
Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por hora en el servicio de guardería el 75,2% de 1 a 5 dólares, el 14,2% de 10 a 15 dólares, el 1,8% de 20 dólares en adelante y el 8,9% no estaría dispuesto a pagar.

Interpretación: Se puede observar que la mayor cantidad de personas opta por la opción de 1 a 5 dólares por hora, esto nos da una idea de cuanto podríamos cobrar por nuestro servicio de guardería.

Figura 13. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por la peluquería Canina dentro de un centro comercial?

395 respuestas



Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Tabla 19. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por la peluquería Canina dentro de un centro comercial?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 – 15 dólares	286	72,4%
20 – 25 dólares	69	17,5%
25 dólares en adelante	8	2%
No estaría dispuesto a pagar	32	8,1%
TOTAL:	395	100%

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis: Se observa que las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por hora en el servicio de peluquería el 72,4% de 10 a 15 dólares, el 17,5% de 20 a 25 dólares, el 2% de 25 dólares en adelante y el 8,1% no estaría dispuesto a pagar.

Interpretación: Se puede observar que la mayor cantidad de personas opta por la opción de 10 a 15 dólares por hora, esto nos da una idea de cuanto podríamos cobrar por nuestro servicio de peluquería, sin embargo, este valor varía de acuerdo con el tamaño del +canino.

1.4 Demanda Potencial

Para calcular la demanda potencial, se toma como referencia la pregunta número 8 de la encuesta, la cual fue: ¿Le gustaría contar con un espacio dentro del centro comercial que le permita a su perro tener un servicio de guardería que incluye peluquería y veterinaria? El 89,9% de los encuestados respondieron que sí, así que de la muestra que se obtuvo de 5166 se le multiplico por el 89,9% que dio como resultado la demanda de personas 4644 y esto para conocer la demanda potencial en los siguientes años se multiplico por el 1,19% que corresponde al crecimiento poblacional en el Ecuador

Tabla 20. Demanda Potencial

AÑOS	T.C.P	DEMANDA EN PERSONAS	DEMANDA EN UNIDADES	DEMANDA EN MESES	DEMANDA EN DÍAS
2023		4644	241500	20125	662
2024	1,19%	4700	244374	20365	670
2025		4755	247282	20607	677
2026		4812	250225	20852	686
2027		4869	253202	21100	694

Fuente: Investigación propia por medio de la encuesta

Elaborado por: Autora

1.5 Análisis del Macro y Microambiente

Análisis del microambiente

Rivalidad entre competidores existentes:

La guardería para perros se enfrenta a la competencia de otras peluquerías y lugares que venden productos de cuidado para mascotas en la zona. La rivalidad entre competidores puede ser alta si hay muchas empresas que ofrecen servicios similares, lo que puede afectar los precios y la calidad del servicio.

Amenaza de nuevos competidores:

La entrada de nuevos competidores puede aumentar la rivalidad en el sector y reducir los precios de los servicios. Sin embargo, la barrera de entrada puede ser alta debido a los costos asociados con la construcción de instalaciones adecuadas, la contratación de personal capacitado y la obtención de licencias necesarias para operar una guardería para perros.

Amenaza de productos o servicios sustitutos:

Existen alternativas para el cuidado de mascotas, como el cuidado en el hogar o el uso de paseadores de perros. Si estas opciones son más convenientes o económicas para los propietarios de mascotas, pueden optar por ellas en lugar de usar una guardería para perros.

Poder de negociación de los proveedores:

Los proveedores de una guardería para perros pueden ser los proveedores de alimentos para mascotas, los proveedores de suministros de limpieza o los proveedores de servicios veterinarios. Si hay pocos proveedores o si son importantes para el negocio de la guardería para perros, pueden tener un mayor poder de negociación en términos de precios y condiciones de pago.

Poder de negociación de los clientes:

Los clientes tienen el poder de elegir entre diferentes proveedores de cuidado para mascotas, lo que puede reducir los precios y la calidad del servicio. Además, los clientes pueden ser sensibles a la calidad del servicio y la seguridad de sus mascotas, lo que puede afectar la reputación y la rentabilidad de la guardería para perros.

Análisis del macro ambiente

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Según Elena Bello, indica que la Matriz EFE nos ayuda a encontrar e identificar las principales oportunidades y amenazas que podrían afectar a una empresa. Estos valores se obtienen al analizar el entorno externo, usando herramientas como las fuerzas de Porter o la matriz de Perfil Competitivo. (Bello, 2022)

Tabla 21. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

COMPONENTE EXTERNOS CLAVES			
OPORTUNIDADES	Valor	Calificación	Ponderación
Servicio de guardería que incluye alimentación, higiene, actividades de recreación	0,10	4	0,40
Cuidado especial para perros mayores o enfermos.	0,06	3	0,18
Servicio para todo tipo de perros, de cualquier edad	0,12	4	0,48
Venta de productos caninos, peluquería, atención médica, actividades recreativas	0,10	3	0,30
Competencia poco innovadora	0,15	3	0,45
AMENAZAS	Valor	Calificación	Ponderación
Altos costos de importación de maquinaria	0,12	2	0,24
Desconocimiento del servicio de guarderías y otros servicios en el mercado	0,09	2	0,18
Situación política inestable	0,10	1	0,10
Alta competencia en el mercado	0,06	1	0,06
Tasas altas en entidades financieras	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

De igual manera Elena Bello, nos indica que con la Matriz EFI podemos encontrar y analizar las fortalezas y debilidades que podrían afectar a una empresa. Estos valores se obtienen al analizar el entorno interno, en el caso de las fortalezas revisando que aspectos nos hacen mejor que nuestros competidores y en las debilidades que áreas de nuestro negocio podríamos mejorar. (Bello, 2022)

Tabla 22. *Matriz de evaluación de factores internos (EFI)*

COMPONENTE INTERNOS CLAVES			
FORTALEZAS	Valor	Calificación	Ponderación
Personal capacitado en cuidado de animales.	0,15	3	0,45
Conocimiento del servicio de guarderías caninos	0,10	4	0,40
Diversos proveedores de marcas caninas	0,10	4	0,40
Servicio innovador	0,05	4	0,20
Buena ubicación en un área residencial con alta densidad de población	0,10	4	0,40
DEBILIDADES	Valor	Calificación	Ponderación
Falta de capital propio	0,10	2	0,20
Falta de experiencia en el mercado	0,15	1	0,15
Falta de tecnología	0,10	1	0,10
Desconocimiento de una guardería canina	0,05	2	0,10
Dependencia de los ingresos estacionales de los consumidores	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Matriz de perfil competitivo (MPC)

Para realizar la MPC, tomo en cuenta los dos principales competidores de la zona “Sinai” y “Cevcan” para comparar las fortalezas y debilidades de estos en comparación con “Saso Pets”.

Tabla 23. Matriz de perfil competitivo (MPC)

Factores Importantes para el Éxito	SASO PETS			SINAI		CEVCAN	
	Valor	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado	Calificación	Valor Ponderado
Instalaciones adecuadas	0,20	2,00	0,40	2,00	0,40	2,00	0,40
Calidad del producto	0,20	3,00	0,60	4,00	0,80	3,00	0,60
Maquinaria especializada	0,05	2,00	0,10	4,00	0,20	3,00	0,15
Servicios adicionales	0,35	2,50	0,88	2,00	0,70	2,00	0,70
Personal calificado	0,20	3,00	0,60	4,00	0,80	4,00	0,80
TOTAL	1,00		2,58		2,90		2,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Proyección de la oferta.

Se realizó una investigación propia, para conocer a los competidores directos, sabiendo los precios y la cantidad de servicios que realizan al día. En total se obtuvo 10720 servicios anuales lo que representa la oferta en el año base. El indicador para la proyección es el porcentaje de crecimiento anual del sector servicios caninos.

Tabla 24. *Proyección de la oferta*

AÑO	T.C.S	OFERTA EN UNIDADES	OFERTA EN MESES	OFERTA EN DÍAS
2023		10720	893	29
2024		12006	1001	33
2025	12,00%	13447	1121	37
2026		15061	1255	41
2027		16868	1406	46
TASA DE CRECIMIENTO SERVICIO			12,00%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

Es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta. Con esto podemos conocer quiénes serán los clientes potenciales.

Tabla 25. *Demanda Potencial Insatisfecha*

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI /año	DPI/meses	DPI/ días
2023	241500	10720	230780	19232	641
2024	244374	12006	232368	19364	645
2025	247282	13447	233835	19486	650
2026	250225	15061	235164	19597	653
2027	253202	16868	236334	19695	656

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

1.7 Diseño de marca (branding)

El nombre que se eligió para la empresa es “SASO PETS”. Esta idea surgió por la conversación entre dos amigas que quieren emprender. “SASO” son las primeras dos letras de los nombres Sabine y Sofia. “PETS” la palabra en inglés que a la traducción al español significa mascotas, sería la keyword o palabra clave para identificar el giro del negocio.



Si quieres consentirlos, este es el lugar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Cuando se observa el logo de SASO PETS, se puede dar una idea de cuál es el giro del negocio. Además, que se eligió el color negro para el logo ya que según My Brand New Logo, los logotipos de blanco y negro son de alto contraste y por esta razón son seguros limpios y puros. El color negro se asocia con credibilidad y sofisticación. Además, que entre la letra “S” y la letra “O” se encuentra un hueso de color blanco para enfatizar que este negocio está dirigido a caninos.

Para el Eslogan se eligió el siguiente: “Si quieres consentirlos, este es el lugar” ya que da confianza al cliente de que es el lugar adecuado para cuidar a su canino, es sencillo, pero muy claro en el mensaje que se quiere dar.

Percepción

El giro de negocio de SASO PETS, se basa en un servicio principal y tres secundarios. El servicio principal ofrece el Servicio de Guardería por horas dentro del centro comercial “El Condado” el cual tiene varias actividades recreativas dependiendo del tiempo que se quede el canino. El primer servicio secundario es el servicio de Peluquería o Grooming Canino, que sería adaptado en base a él pelaje, raza o necesidad del canino. El segundo servicio sería el de veterinaria básica, es decir la colocación de las vacunas y desparasitación en caso de ser necesario. Y por último las ventas de accesorios caninos, alimento de variadas marcas, ropa en general para la mascota y premios.

Posicionamiento

Llegar a la mente del consumidor con un posicionamiento en el que somos la única empresa o compañía de guardería de mascotas como un aliado de sus actividades dentro del centro comercial.

Diferenciación

SASO PET desea ofrecer variedad de atributos que combinados generan seguridad al cliente. El primero es la comodidad, dentro de la guardería canina habrá espacios adaptados para los diferentes tamaños de estos, además de que las actividades sincrónicas recreativas serán en base al análisis conductual del perro, para con esto evitar accidentes entre ellos.

En segundo lugar, la seguridad del dueño del canino, se realizará una transmisión en vivo por TIKTOK visualizar el proceso de peluquería del canino y en las áreas de descanso se tiene un sistema de cámaras estratégicamente colocadas, asegurando de esta manera que el trato hacia su mascota sea el adecuado.

1.8 Estrategias de marketing

En SASO PET, la estrategia de marketing que se empleara es la diferenciación. Es un giro de negocio completamente diferente a los que ya existen actualmente, el servicio de Guardería y Peluquería canina usualmente se encuentran por separados, sin embargo, SASO PETS es el único que existiría dentro de un Centro Comercial, este sería guardería por horas para los clientes que asistan al mismo, que además contaría con servicio de peluquería, venta de comida para perros, ropa y accesorios. Y la diferenciación más representativa es que para la tranquilidad y seguridad de los clientes, el servicio de peluquería se transmitirá en vivo por medio de la Red Social “TIKTOK”.

1.9 Plan de comunicación

Para el plan de comunicación se ha planificado será llevado a cabo por medios digitales y dentro del establecimiento, la creación de la página web y 3 redes sociales será la manera más eficaz de llegar al público objetivo.

En el plan de comunicación tendrá un común denominador en los elementos comunicativos, resaltar la complicidad entre mascota y dueño, la ternura y la tenencia responsable. Se creará contenido semanalmente en las redes sociales, no solo promocionando los servicios, si no también novedades sobre los caninos.

Actividades BTL

BTL, significa en español debajo de la línea, es una técnica de publicidad que utiliza prácticas de comunicación de marketing no masivo que se enfocan en un segmento o nicho de mercado muy específico. Esto se hace a menudo a través de contenido altamente creativo o sorpresa, lo que da como resultado formas y canales innovadores de mensajes publicitarios. (Pineda, 2016)

Para SASO PETS, se realizara activaciones BTL se realizara a travez del correo electronico, cuando se llena la ficha de la mascota que ingresa por primera vez uno de los datos que se pide es el correo y el nombre de la mascota cuando se vayan a cumplir 30 días del servicio de peluquería, 5 días antes se enviara un recordatorio automatico al propietario del canino recordandole que a su mascota (se coloca el nombre del canino) debe acercarse a realizarse el servicio nuevamente.

Merchandising Visual

En SASO PETS la decoración de nuestro local será de color azul, ya que, en la psicología del color en el marketing, transmite seguridad, integridad, tranquilidad, confianza, inteligencia y paz. Estamos en busca de que los clientes sientan seguridad al dejarnos a sus caninos.

Merchandising Promocional

El Merchandising, tiene como objetivo destacar los productos o servicios, para SASO PETS, se utilizará ofertas en servicios, por ejemplo: Si contratan el servicio de guardería de lunes a viernes, se le regala la revisión veterinaria y desparasitación al canino. Si se trata del servicio de peluquería, se les regala los lunes y martes por el mismo precio un baño de ozono.

Marketing Redes Sociales

Se usará las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp y tiktok), creando contenido semanal y pagando publicidad en dos de estas redes sociales para llegar a más personas.

Venta Cruzada Push

Esta táctica consiste en ofrecer servicios que aporten algún tipo de valor, en el caso de SASO PETS, se realizara convenios con lugares dentro del centro comercial, ofreciendo, por ejemplo: Si compras esta marca de comida canina, se te ofrece 20% de descuento en el servicio de Guardería en SASO PETS.

Streaming

Para la tranquilidad de los clientes y con la finalidad de captar más clientes por medios digitales, la peluquería de los caninos se transmitirá por la Red Social TIKTOK. De esta existe un ganar – ganar tanto para el cliente como para la empresa. Para el dueño del canino, queda la tranquilidad de que puede revisar en cualquier momento que se le está realizando a su canino y para nosotros la captación de más clientes medio de esta plataforma.

Marketing con CRM email

Al nosotros contar con una base de datos, al momento que ingresa el canino, se puede enviar promociones y ofertas que existan por medio del CRM, para de esta manera tener más captación.

Tabla 26. Cronograma de Medios

ESTRATEGIA	MEDIO	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
PUBLICITARIO				
BTL	Correo electrónico	Agencia de Marketing	1 año (semanalmente)	
Marketing Redes Sociales	Instagram, tiktok y Facebook	Agencia de Marketing	1 año	\$500,00
Marketing con CRM email	Correo electrónico	Agencia de Marketing	1 año	
TOTAL, POR AÑO:				\$6000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

CAPITULO II

Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Establecer los productos requeridos para el plan de negocios, insumos, recursos y personas que son necesarias para la prestación del servicio.

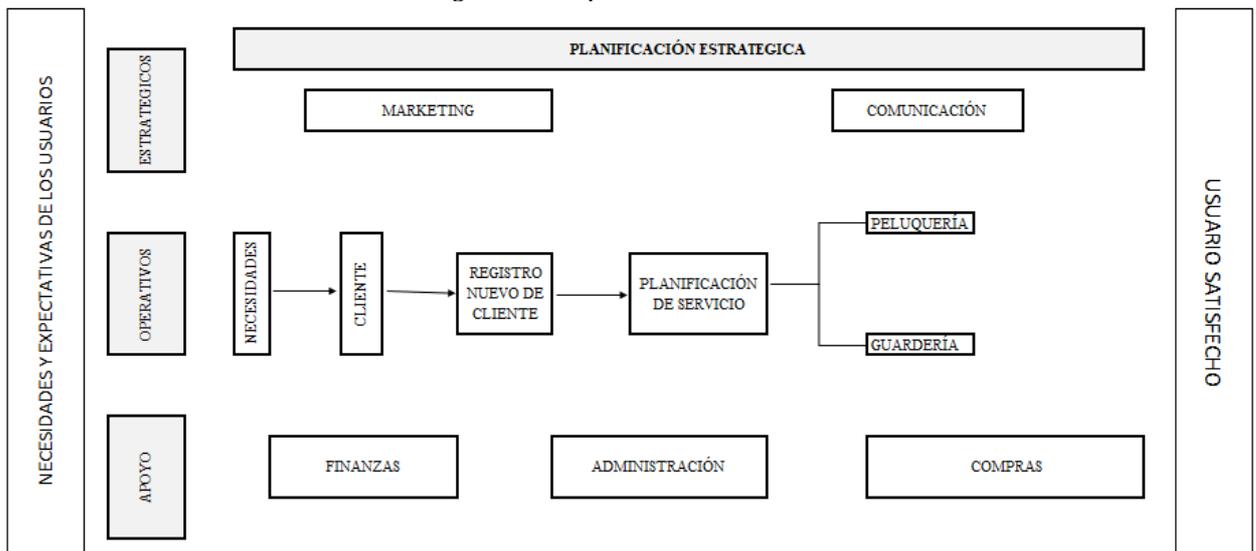
2.2 Descripción del proceso

Descripción del servicio:

Guardería canina: En SASO PET, se brindará el servicio de cuidado canino por horas dentro del Centro comercial El Condado el cuál como complemento contará con servicio veterinario básico, servicio de peluquería, venta de accesorios caninos, complementos alimenticios y alimento de varias marcas. El mapa de procesos de SASO PET ayudará a detectar los procesos estratégicos, operativos – claves y de apoyo para el cumplimiento de objetivos.

MAPA DE PROCESOS

Figura 15. Mapa de Procesos



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

ACTIVIDADES ENLISTADAS

El ingreso y registro de la mascota, es el punto de partida de la prestación de servicios, a continuación, se detallan las diferentes etapas que resumen la experiencia en SASO PETS.

Guardería: El servicio de guardería incluye alimentación, higiene, actividades de recreación, entre otras. Los perros serían monitoreados por un circuito de cámaras en lugares estratégicos en donde se les puede observar todas sus actividades, además de que los propietarios podrán dar seguimiento a la transmisión de dichas cámaras desde cualquier lugar que se encuentre. Al ser dentro de un centro comercial el horario de atención sería de 09h00 hasta las 20h00.

Peluquería: El servicio de peluquería incluiría corte de pelo y uñas, limpieza de oídos, limpieza de glándulas anales, cepillado, perfume y un pañuelo en caso de que sean machos y peinado a elección para las hembras, en donde se utilizarían productos adecuados para cuidar el pelaje del canino.

Atención médica veterinaria básica: Al momento de que ingresa el canino se realiza una ficha de ingreso y registro de la atención. Se realizará inspección y control sanitario, si el dueño lo requiere se podrá desparasitar y vacunar.

Actividades recreativas: Se realizará actividades de acuerdo al análisis de las conductas de los caninos.

Venta de accesorios caninos: Dentro de la guardería se realizará ventas de accesorios caninos, alimento de variadas marcas, ropa en general para la mascota y premios.

Tabla 27. Tabla de Tiempos

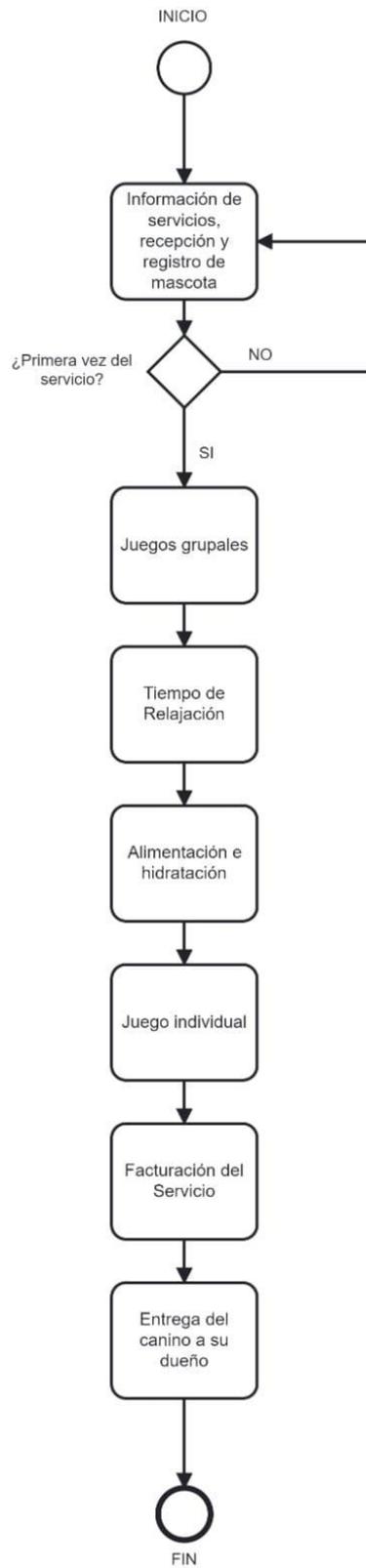
Actividad	Tiempo	No. Personas
Atención al cliente	10 minutos	
Recepción del canino	8 minutos	
Traspaso del canino a la habitación de descanso	2 minutos	Operario 1
Actividades de limpieza del lugar	40 minutos	
Estancia en sala de descanso o relajación	30 minutos	
Alimentación e hidratación	10 minutos	
Juegos individuales	15 min	Operario 2
Juegos grupales	30 min	
Limpieza del canino	5 minutos	
Cepillado y desenredado	10 minutos	
Baño	20 minutos	
Corte de Pelo	20 minutos	
Limpieza de Oídos	5 minutos	Operario 3
Corte de Uñas	3 minutos	
Esterilización de Instrumentos de peluquería	2 minutos	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

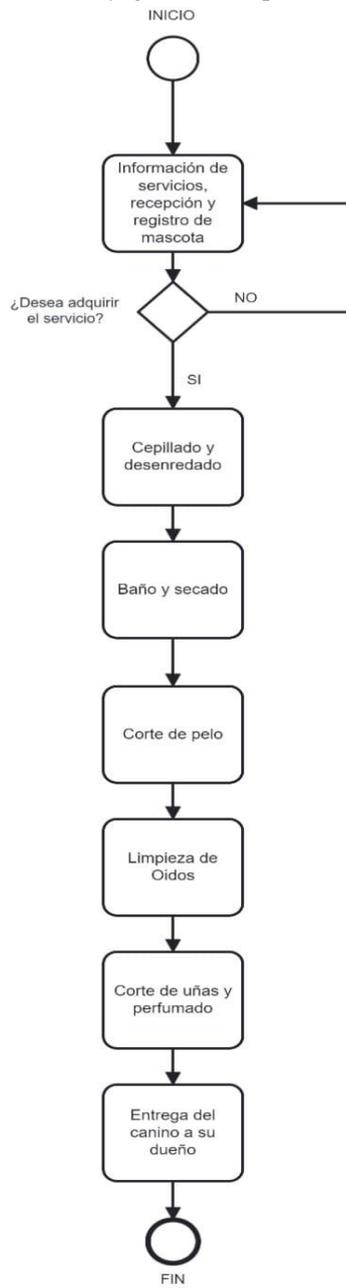
FLUJOGRAMA

Figura 16. Flujograma Guardería Canina



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

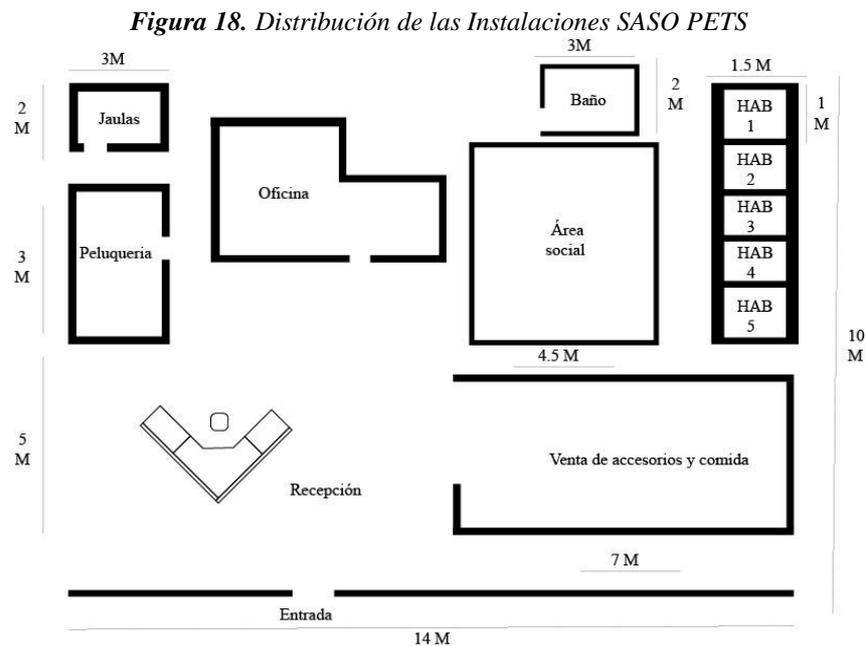
Figura 17. Flujograma Peluquería Canina



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Descripción de instalaciones, equipos y personas.

La guardería canina SASO PETS, se encontrará ubicada dentro del Condado Shopping en un local que cumpla con las medidas requeridas de 14 x 10 m cuadrados, dentro del primer o tercer piso cerca de las entradas del centro comercial, esto por conveniencia y cercanía de los dueños de los caninos al momento de entregar a su mascota en la guardería. La localización estratégica de la empresa es fundamental para la captación de clientes.



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Como se puede observar en la Figura 18, las instalaciones estarían distribuidas de la siguiente manera:

- **Recepción y caja:** Se contaría con un espacio de recepción en la entrada del lugar, para brindar atención a los clientes que soliciten información de los diferentes servicios que se ofrecerán y ahí también será el lugar para caja y facturación.
- **Área de estancia de los caninos:** En este lugar estarán colocadas 5 habitaciones pequeñas con una división de 1.50 x 1.50 metros cuadrados, para las mascotas que hayan contratado el servicio de guardería. Y un espacio donde se colocarán las jaulas de diferentes tamaños para los caninos que solicitaron el servicio de peluquería.

- **Área de peluquería:** En esta área se contará con 3 camillas, para los procesos de deslanado, corte y limpieza.
- **Área de lavado y secado:** Aquí se realizarán los procesos de lavado y pre secado de los caninos.
- **Área social:** En esta área los caninos podrán socializar con otros caninos, dependiendo de las especificaciones de comportamiento que los dueños nos hayan indicado al momento en el que ingresan.
- **Área de ventas productos caninos:** Cerca de la recepción estarán los productos a la venta para mascotas. Como, por ejemplo: Comida, accesorios, ropa, camas, collares entre otros.

Tabla 28. Especificaciones técnicas de la Maquinaria a utilizar

DETALLE	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Secador de aseo para mascotas de 5,2 HP/3800 W con velocidad ajustable y control de temperatura		Potente fuerza de soplado de 5.2HP/3800W: El potente motor desarrolla 5.2 HP, Reducción de ruido y aislamiento térmico, motor fuerte y estable. Velocidad del viento: máx. 72 m/s; Temperatura: 95 °F-135 °F (35 °C-60 °C), 3 boquillas y manguera de resorte flexible	\$135,99
Bañera Canina		<ul style="list-style-type: none"> · Exteriores: 148 x 79 cm. · Hueco interior: 128 x 69 cm. · Profundidad del vaso: 49 cm. · Ancho de puerta: 49 cm. · Altura regulable 128 cm hasta 162 cm. · Altura en la parte superior de la bañera regulable desde 81 cm hasta 125 cm. · Altura de entrada: 44 cm. 	\$450,00

Esterilizador de utensilios		<p>Tamaño 13.4 * 8.7 * 9.4 pulgadas, soporte de acero inoxidable de doble capa. "Diseñado para desinfectar las herramientas de uñas, así como para la limpieza, como tijeras y toallas." ("Herramientas de manicura profesional Gabinete de desinfección UV ...") Adecuado para profesionales de salón, hotel, spa, gimnasio y uso en el hogar.</p>	\$250,00
Maquina eléctrica profesional para perros de 3 velocidades		<p>Una máquina eléctrica utilizada para recortar el pelo en áreas específicas del perro, como las patas, el abdomen o alrededor de las orejas. Los 4 peines ajustables (3 mm/6 mm/9 mm/12 mm) se aplican para cortar el pelo de diferentes longitudes; con las 5 cuchillas de corte de precisión (0,8 mm/1,1 mm/1,4 mm/1,7 mm/2 mm).</p>	\$34,99
Deslanador Maxpower Planet Cepillo de aseo para mascotas		<p>Diseño de doble cara: comienza con 9 dientes laterales para alfombrillas y enredos difíciles y termina con 17 dientes laterales para adelgazar y desenredar. Logra resultados más rápidos y profesionales de desmatado y aseo</p>	\$15,00
Jaulas caninas para peluquería		<p>Jaula para perros 5 lugares fabricada con lámina, ángulo, tubular varilla de acero inoxidable</p>	\$400,00

Camillas peluquería		Mesa de aseo para perros grandes, medianos y pequeños: la mesa mide 43 pulgadas * 24 pulgadas y tiene capacidad para 330BLS, lo que significa que se puede usar para la mayoría de las razas de perros, y el material de acero inoxidable	(\$120,00 x 3)= \$360,00
Hamacas de aseo, para perros de todas las tallas		Ayuda a lograr el aseo de la mascota, como cortar las uñas, el aseo, el cuidado de la salud de los ojos y los oídos.	(\$16,00 x 5) = \$80,00
Camas con mantas para guardería		Cama ortopédica grande para perros, cama para perros grandes con caja de espuma de huevo, cama para mascotas con suave rosa de felpa, funda impermeable para cama de perro, lavable y extraíble (cama extragrande para perro de 47 x 29 x 4 pulgadas, gris)	(\$60.99 x 5) = \$304,95
Comedero para perros		Fabricado en madera MDF lacado en blanco Diferentes medidas S, M, L 2 tazones de metal incluidos	(\$14,00 x 5) = \$70,00
Cámaras de seguridad		GWSECU Sistema de cámara de seguridad 4K, 8 cámaras con cable de 8MP bala AI con detección humana y micrófono incorporado, lente FOV de 0.09 pulgadas FOV 110 °, visión nocturna IR de 100 pies, NVR de 16 canales con disco duro de 4 TB, GW- 1608B8	\$399,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Tabla 29. Artefactos Tecnológicos a utilizar

DETALLE	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Celular		<p>Xiaomi Redmi Note 11 Pro 5G 6,67 pulgadas Full HD + AMOLED Dimensiones: 164,19 x 76,1 x 8,12 mm 202 gramos</p>	\$350,00
Trípode con aro de luz para transmisión en vivo		<p>Anillo de luz regulable mejorado de 10 pulgadas: anillo de luz de 10 pulgadas con soporte tiene 3 modos de iluminación normales blanco, cálido, natural con 10 niveles de brillo. Puedes cambiar fácilmente el color y los niveles de brillo tocando la pantalla.</p>	\$150,00
Computadora		<p>Aspire 5 Slim Essential más nueva de Acer, pantalla IPS FHD de 15.6", 20 GB de RAM, SSD de 512 GB, procesador Intel de doble núcleo, Wifi 6, USB A&C, RJ-45, cámara web</p>	\$550,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Tabla 30. Especificaciones Técnicas de Muebles y Enseres

DETALLE	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Kit punto de Venta Facturación		Avicar USA Mini CPU Intel Core I5 4ta Gen, Memoria RAM 16Gb – 256Gb HDD, Windows 10 PRO, Monitor LED 19 Pulgadas, Impresora Térmica de Papel 80mm, Escáner Código de Barras - Caja Registradora – Gaveta de Dinero, Teclado y Mouse con Cable.	\$539,84
Mueble de recepción		Mueble fabricado en tablero MDP de 15mm, con recubrimiento melánico. Ensamblados con resistentes tornillos. Material resistente a la humedad, rayado y diluyentes. De color blanco con iluminación de diferentes colores. Ancho 137,20cm, profundidad 111,60cm y altura total 76cm	\$350,00
Silla ergonómica para recepción		Silla de oficina ejecutiva con respaldo alto en color blanco. Dimensiones: 23,9 x 24,7 x 41,5 pulgadas (largo x ancho x alto); altura del piso al asiento de 17.5 a 21.25 pulgadas.	\$120,00
Góndolas centrales		1 góndola con separación entre bandejas regulables, bandejas perforadas para cercos, resistencia de bandeja 40 kg / cada una. Postes 1.68 m, brazos 0.35 m, bases 0.40 m, frentes 0.62 m y 1 m.	\$250,00
Góndola lateral		3 góndola Lateral de 170 con 4 bandejas más base y espaldar perforado Incluye: * 4 Bandejas de 100x32 * Base de 100x40 Góndolas fabricadas con tool laminado al frío recubiertas con pintura electrostática al horno.	(\$115,00 X 3) \$345,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 31. Actividades del personal Operativo

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas hombre
Atención al cliente	10 minutos		
Recepción del canino	8 minutos		
Traspaso del canino a la habitación de descanso	2 minutos	Operario 1	(60 minutos) 8 horas x 1 operador = 8h
Actividades de limpieza del lugar	40 minutos		
Estancia en sala de descanso o relajación	30 minutos		
Alimentación e hidratación	10 minutos		
Juegos individuales	15 min	Operario 2	(60 minutos) 8 horas x 1 operador = 8h
Juegos grupales	30 min		
Limpieza del canino	5 minutos		
Cepillado y desenredado	10 minutos		
Baño	20 minutos		
Corte de Pelo	20 minutos		
Limpieza de Oídos	5 minutos	Operario 3	(60 minutos) 8 horas x 1 operador = 8h
Corte de Uñas	3 minutos		
Esterilización de Instrumentos de peluquería	2 minutos		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Como se puede observar en la Tabla 31, es necesario conocer cuánto tiempo tomara cada actividad operacional y cuantas personas se necesitan por cada una de ellas para mantener una ejecución completa y correcta. Aquí una descripción más detallada:

1. Recepción y registro de mascotas (10 minutos): Al recibir a cada mascota, se tomará nota de su nombre, raza, edad, preferencias alimentarias, historial médico, información de facturación y cualquier otra información relevante.

2. *Tiempo de juego en grupo (30 minutos)*: Se organiza sesiones de juego supervisadas donde los perros puedan socializar y divertirse juntos. Teniendo suficiente espacio y juguetes seguros.

3. *Tiempo de relajación (30 minutos)*: Se proporcionará un espacio tranquilo y cómodo donde los perros puedan descansar y relajarse. Se utilizará camas o mantas suaves para que se sientan seguros y cómodos.

6. *Alimentación y agua (20 minutos)*: Nos aseguraremos de seguir las instrucciones de alimentación proporcionadas por los dueños de las mascotas. Se proporciona agua fresca y limpia en todo momento.

7. *Peluquería y cuidado personal (tiempo variable)*: Dependiendo de los servicios requeridos, el tiempo de peluquería y cuidado personal puede variar considerablemente. Esto incluye cepillado, baño, corte de pelo, limpieza de oídos, corte de uñas, limpieza de glándulas anales y cualquier otro servicio adicional solicitado.

8. *Tiempo de juego individual (15 minutos por perro)*: El cuidador dedicara tiempo a jugar individualmente con cada perro, utilizando juguetes interactivos y brindando atención personalizada.

9. *Supervisión continua (durante todo momento)*: Nos aseguraremos de supervisar a todas las mascotas de forma continua para garantizar la seguridad, bienestar y comportamiento adecuado.

Es importante recordar que los tiempos mencionados son solo estimaciones y pueden variar según las necesidades individuales de las mascotas. Además, de la esterilización de instrumentos, el control de calidad y del tiempo para las tareas de limpieza y mantenimiento de las instalaciones.

Tecnología a aplicar

A largo plazo SASO PETS, es muy importante estar en constante desarrollo para bienestar del cliente, la implementación de tecnología a largo plazo para garantizar que se adapte a las necesidades de nuestros clientes y mascotas para mejorar la eficiencia, la seguridad y la experiencia general de nuestros clientes. Como, por ejemplo:

Tabla 32. Tecnología a aplicar

TECNOLOGÍA A APLICAR	
<p>1. Sistemas de seguimiento y monitoreo: Utilizaremos en unos años dispositivos de seguimiento y monitoreo para mascotas, como collares inteligentes o etiquetas de identificación, que permita a los dueños de las mascotas obtener actualizaciones en tiempo real sobre la ubicación y el bienestar de sus perros mientras están en la guardería o en la peluquería.</p>	<p>2. Aplicaciones móviles y plataformas en línea: Desarrollaremos una aplicación móvil o una plataforma en línea personalizada permitiría a los dueños de las mascotas reservar servicios, programar citas, recibir actualizaciones y comunicarse directamente con el personal de SASO PETS. También se podría incluir una sección de perfil para cada mascota, donde los propietarios pueden proporcionar detalles sobre preferencias alimenticias, historial médico y notas importantes.</p>
<p>3. Tecnología de aseo y cuidado: Se investigará y adoptará tecnologías avanzadas para el aseo y el cuidado de los perros que puedan ayudar a mejorar la eficiencia y la calidad del servicio. Como bañeras automáticas, secadoras de alta velocidad, herramientas de cepillado y desenredado automatizadas, o incluso robots de aseo que realicen ciertas tareas básicas de peluquería.</p>	<p>4. Sistemas de gestión y programación: Implementar software de gestión y programación específico para negocios de guardería y peluquería canina podrían facilitar la organización de citas, la asignación de tareas y la gestión de la información de las mascotas. Estos sistemas pueden ayudar a optimizar la programación, evitar conflictos y agilizar las operaciones diarias.</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Factores que afectan las operaciones

Cuando se trata de operar un negocio de guardería y peluquería canina dentro de un centro comercial, existen varios factores que pueden afectar su funcionamiento. Pero entre los principales que podrían causar conflicto en el negocio son las regulaciones y los permisos; si se cumplen las normas sanitarias, licencias comerciales, etc. Se desarrollará estrategias para Marketing para obtener visibilidad dentro del centro comercial como promociones especiales, publicidad local, participación en eventos comunitarios y colaboraciones con otras tiendas o negocios.

Uno de los factores que afectarían a las operaciones es la competencia del servicio de la peluquería y de la venta de accesorios, ya que hay otros lugares alrededor del Condado Shopping que ofrecen estos servicios, sin embargo, encontramos formas de destacar. En cuanto a los horarios y restricciones del centro comercial, representan un factor que afectaría ya que los centros comerciales tienen restricciones en cuanto a horas de operación al abrir desde 9:00 am o 10:00 am.

Uno de los factores importantes en las empresas, es el número de trabajadores, en SASO PETS contaremos con 2 operarios trabajarán 20 días al mes con contrato fijo y se les dará pagará las horas extraordinarias por los fines de semanas. Ya que nos debemos adaptar al horario de centro comercial que funciona los 365 días del año.

Tabla 33. Número de Trabajadores operarios

NÚMERO DE PERSONAS	CARGO	FUNCIONES	CONTRATO	HORAS DIARIAS
1	Cuidador Canino	Cuidar a los caninos que estén bajo el servicio de Guardería Canina	Fijo	8 horas
1	Estilista Canino	Baño, limpieza general y peluquería canina.	Fijo	8 horas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

2.3 Capacidad de Producción

Capacidad de Producción Futura.

Para realizar el cálculo de la capacidad de Producción Futura, primero se calculó en base a la tabla de tiempos, cuantos caninos se pueden hacer por operario al día de los servicios de peluquería y de guardería, al mes y al año. Se tiene planificado que en el segundo año se contrate a un auxiliar de peluquería e incrementar el espacio en la guardería para poder atender a más caninos en el día.

Con el aumento de un operario en el área de peluquería mi capacidad de producción del servicio aumentaría un 2.5% con esto se realizó el cálculo para la producción futura

Tabla 34. Capacidad de Producción Futura de la Peluquería Canina

PELUQUERÍA CANINA				
AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027
2880	2952	3026	3101	3179

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Con el aumento de 5 espacios de estancia del canino en el área de guardería mi capacidad de producción del servicio aumentaría un 10% con esto se realizó el cálculo para la producción futura.

Tabla 35. Capacidad de Producción Futura de la Guardería Canina

GUARDERÍA CANINA				
AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027
14400	15840	16236	16642	17058

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Tabla 36 Materias Primas y Grado de Sustitución

PRODUCTO	DETALLE	PRODUCTO SUSTITUCIÓN	GRADO DE SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Shampoo canino		Shampoo para personas	Alto	Derma Health Petz
Acondicionador canino		Acondicionador para personas	Alto	Derma Health Petz
Lociones caninas		Lociones para personas	Bajo	Be Pets D'canes
Hidratantes caninos		Aceite de Coco o almendras	Alto	DOG'S NATURAL
Tijeras		No aplica	Bajo	ABHOOB
Corta uñas		No aplica	Bajo	Ateson
Cepillos		No aplica	Bajo	Happlr
Peines	Materia prima necesaria para guardería y peluquería canina	No aplica	Bajo	Happlr
Accesorios		No aplica	Bajo	Chunful
Juguetes		No aplica	Bajo	JMZDS&JL
Comederos		No aplica	Bajo	Lydia's Deal
Camas caninas		No aplica	Bajo	Famidog
Ambientales para olores caninos		Ambientales normales	Medio	TIPS
Desinfectante para desechos caninos		Desinfectante normal	Medio	Amonex
Alcohol		Vinagre	Alto	Linus
Agua Hidrolizada		Agua normal	Alto	AQUALIFE

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

2.5 Calidad

Método de Control de Calidad.

Para asegurar la calidad de los Servicios en SASO PETS se realizarán encuestas de satisfacción del cliente para evaluar su nivel de satisfacción con los servicios prestados. Esto puede ayudar a identificar áreas de mejora y brindar retroalimentación sobre la calidad del servicio.

Figura 19 Encuesta de Satisfacción



SASO
pets

¿Cuán satisfecho te encuentras con el servicio?

Muy satisfecho Satisfecho
 Poco satisfecho Nada satisfecho

¿Cuán probable es que recomiende nuestros servicios?

Muy probable Probable
 Poco probable Nada probable

¿Como calificaría la calidad de la atención recibida?

Muy buena Buena
 Regular Mala

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Se realizará auditorías internas para evaluar los procesos operativos, como la gestión de citas, el seguimiento de la salud de los animales, la higiene de las instalaciones, el mantenimiento de equipos y la seguridad. Estas auditorías nos permitirán identificar posibles brechas y tomar medidas correctivas para mejorar la calidad.

Y por último se brindará capacitación continua al personal de la guardería y la peluquería canina para asegurarse de que estén actualizados en las mejores prácticas de cuidado animal, técnicas de peluquería y conocimiento sobre el comportamiento canino. Esto ayudará a garantizar que se sigan procedimientos adecuados y se brinde un servicio de calidad.

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Seguridad e higiene ocupacional

En el Ecuador, la seguridad y salud en el trabajo esta especificada en Art. 326, numeral 5 de la Constitución del Ecuador, en Normas Comunitarias Andinas, Convenios Internacionales de la OIT, Código del Trabajo, Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, Acuerdos Ministeriales. Por lo tanto, las empresas sin importar su tamaño o actividad deben implementar un sistema para gestionar la seguridad, salud y entorno laboral.

Permiso Cuerpo de Bomberos

Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos:

- Formulario declarativo de ocupación firmado por el propietario del Proyecto en el siguiente enlace: Declarativo Área Técnica
- Copia del certificado de Visto Bueno de Planos
- Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P
- Copia de los planos SCI aprobados y sellados

Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas

Pasos para obtener la LUAE:

- Ingrese a la web: pam.quito.gob.ec opción: LUAE Digital.
- Escriba el número de RUC y la clave de la patente municipal.
- Seleccione el tipo de trámite que vas a realizar; ‘EMISIÓN’ o ‘RENOVACIÓN’.
- Ingrese todos los datos solicitados: información general, predio, dirección, actividad económica.
- Genere el formulario de solicitud. Es importante leer detenidamente la parte inferior de este documento para que conozca el procedimiento a seguir.

Es muy importante que las personas operativas de SASO PETS que estarán en contacto con los caninos sigan procesos de seguridad y salud ocupacional, además del correcto desinfectado de instrumentos y el uso de la vestimenta adecuada. Es por esto por lo que en la empresa se registrarán bajo los siguientes protocolos.

Tabla 37. Protocolos de seguridad y salud para una guardería canina

Protocolos de Seguridad e Higiene Ocupacional para Guardería Canina

Instalaciones seguras: Se tendrá cercas adecuadas, áreas separadas para diferentes tamaños de perros, pisos antideslizantes, sistemas de drenaje adecuados, entre otros.

Evaluación de riesgos: Se identificará posibles peligros como objetos afilados, productos químicos, cables sueltos y otros elementos que puedan representar un riesgo para los perros.

Mantenimiento de equipos: Todos los equipos utilizados en la guardería, como jaulas, correas, juguetes y camas, estarán en buenas condiciones de mantenimiento y limpieza. Se realizará inspecciones regulares para detectar cualquier desgaste o daño.

Supervisión constante: El personal estará constantemente capacitado en el cuidado de los caninos, para que, si llegara a ocurrir un accidente, puedan resolverlo de inmediato.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 38. Protocolos de seguridad e higiene para una Peluquería Canina

Protocolos de seguridad e higiene para una Peluquería Canina

Higiene y saneamiento: Se mantendrá el área de la peluquería limpia y sanitizada en todo momento. Se utiliza productos de limpieza adecuados para el entorno de los perros. Esto ayudara a prevenir enfermedades, plagas y parásitos.

Capacitación del personal: El personal estará capacitado en el manejo adecuado de los perros durante los procedimientos de aseo y estilismo. Esto incluye técnicas adecuadas de manejo, prevención de lesiones y conocimiento sobre signos de estrés en los caninos.

Manejo seguro de productos químicos: Se utiliza productos químicos adecuados y seguros para el aseo de los perros. Almacenando los productos de manera segura, siguiendo las instrucciones del fabricante y manteniéndolos fuera del alcance de los perros.

Ventilación adecuada: La peluquería contara con una buena ventilación para garantizar un ambiente seguro y cómodo tanto para los perros como para el personal. Esto ayuda a reducir la acumulación de olores, vapores o productos químicos en el aire.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 39. Seguridad e Higiene Ocupacional

Seguridad e Higiene Ocupacional
Lavar las manos constantemente.
Mantener el Ambiente de trabajo limpio y desinfectado, apoyándose de la temperatura, iluminación y ventilación para un buen funcionamiento.
Uso de equipos de protección personal o EPP como guantes, mascarillas y gafas durante los procedimientos en los que pueda salpicar algún residuo del animal. Esto protegerá tanto a los empleados como a los caninos.
En caso de exposición accidental a sangre o fluidos en general, lavar el área con abundante agua y jabón.
Control de plagas como pulgas y garrapatas, mantener limpios los espacios de almacenamiento de alimentos y correcto manejo de descarte de desechos.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

CAPITULO III

Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Detallar la estructura organizacional de la Guardería y Peluquería canina, estableciendo la jerarquía de la empresa y definiendo los indicadores de gestión que permitirán medir eficiencia y productividad de cada área.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Visión de la Empresa

Liderar el sector de servicios caninos en el año 2028, ofreciendo calidad, tranquilidad y seguridad a sus dueños, trabajando por y para el bienestar animal.

Misión de la Empresa

En SASO PETS, creemos en lo que hacemos. Nuestra misión es dar un servicio integral de estética y bienestar a tu mascota, demostrando responsabilidad, calidad y transparencia a través de la implementación de los valores de la organización.

Objetivos y estrategias

Se plantean los objetivos estratégicos en base al Análisis FODA, el cual está influenciado por las matrices EFE y EFI, que se desarrollaron en el Capítulo 1 de Mercado y comercialización.

Tabla 40. Análisis FODA

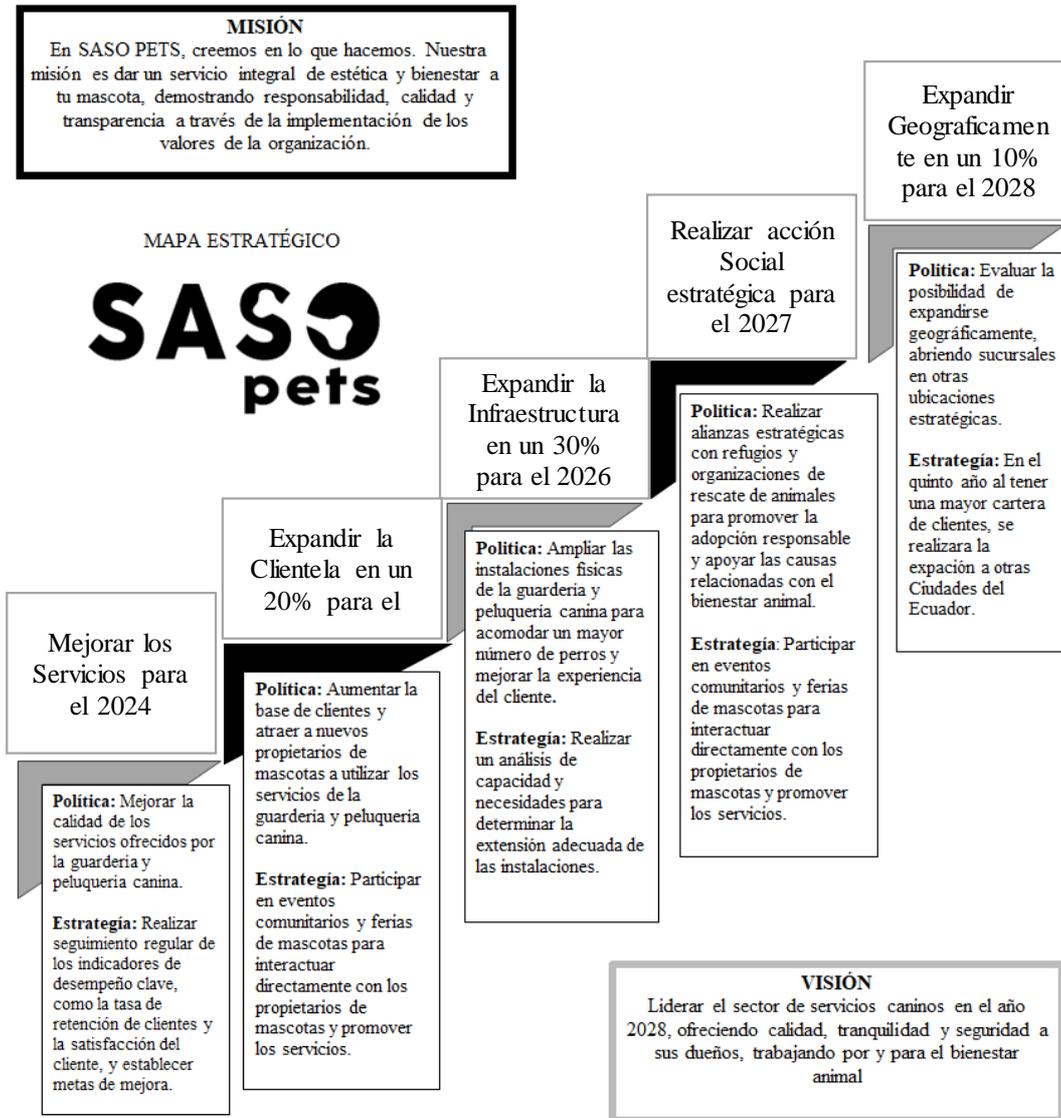
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Infraestructura adecuada y de calidad.- Transmisiones en vivo por TIKTOK de la peluquería canina.- Personal calificado y capacitado- Ubicación conveniente.- Amplio rango de servicios con beneficios adicionales.- Capacidad de generar una buena relación con los clientes.	<ul style="list-style-type: none">- Demanda creciente- Servicios especializados en las necesidades de las mascotas- Colaboraciones estratégicas con veterinarios y empresas.- Pocos competidores directos en el sector donde se desarrollará el negocio.- Aumento de familias que optan por tener un canino en su familia.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Limitaciones de espacio para albergar a más mascotas.- Dependencia del personal- Alza de costos de materia prima por alta demanda.- Horario rotativo para el personal al ser dentro de un centro comercial.	<ul style="list-style-type: none">- Falta de confianza de las personas por malas experiencias en otros lugares de servicios caninos.- Regulaciones y requisitos legales pueden representar una amenaza si no se cumplen adecuadamente.- Cambios en las preferencias del cliente.- En recesión económica, los propietarios de los caninos pueden reducir sus gastos en servicios de cuidado y aseo de mascotas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Ahora que ya se encuentra planteada la misión y visión de la empresa SASO PETS, se establecerá los objetivos, las políticas y las estrategias para cumplir con lo indicado para cinco años.

Figura 20. Mapa Estratégico



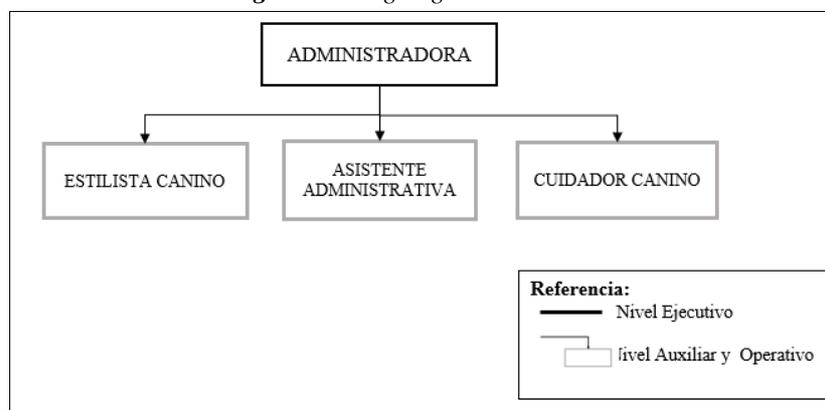
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

3.3 Organización Funcional de la Empresa

Organización Interna

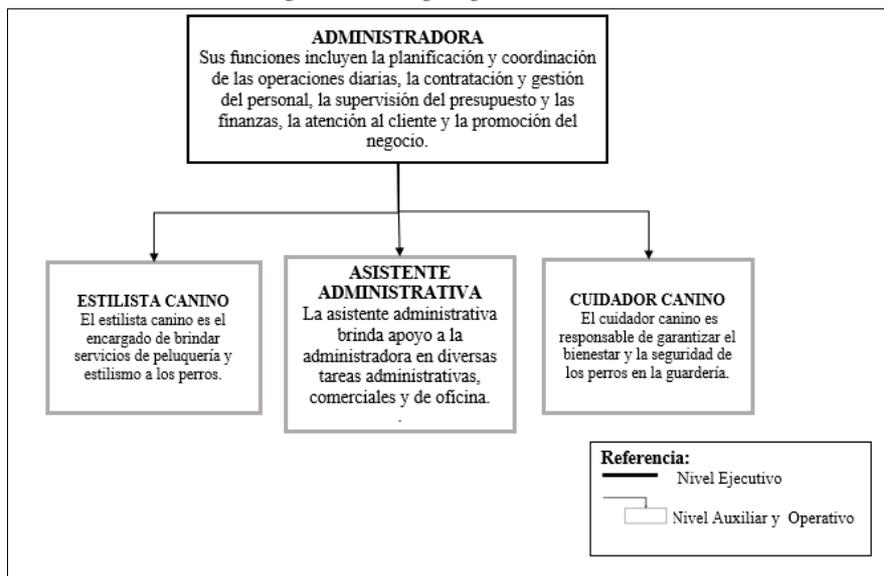
Para SASO PETS, es muy importante la organización interna ya que proporciona una representación visual de la estructura de la empresa, mostrando las diferentes posiciones y niveles jerárquicos. Esto ayuda a establecer una claridad organizativa, permitiendo a los empleados comprender quién reporta a quién y cómo se distribuyen las responsabilidades y las líneas de autoridad.

Figura 21. Organigrama Estructural



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

Figura 22. Organigrama Funcional



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

3.4 Descripción de puestos.

A continuación, se describirá los puestos de trabajo de SASO PETS, para identificar las actividades y funciones de los trabajadores.

Tabla 41. Descripción de puesto Administradora

I INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Administradora
Jefe inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Asistente Administrativa, Estilista canino y Cuidador Canino.

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Coordinar las operaciones de la oficina para asegurar el cumplimiento de las políticas de la empresa. Verificar y dar seguimiento al personal administrativo y delegar las responsabilidades para garantizar el rendimiento.

III FUNCIONES

La administradora es responsable de la gestión general de la empresa. Sus funciones incluyen la planificación y coordinación de las operaciones diarias, la contratación y gestión del personal, la supervisión del presupuesto y las finanzas, la atención al cliente y la promoción del negocio. La administradora también se encarga de establecer políticas y procedimientos, garantizar el cumplimiento de las normativas y velar por el buen funcionamiento de la empresa en general.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Licenciada en administración de Empresas
Experiencia	Mínimo 2 o 3 años en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, liderazgo, resolución de conflictos y comunicación asertiva.
Formación	Cargos de liderazgo, de preferencia en servicios caninos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 42. Descripción de puesto de Asistente Administrativa

I INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Asistente Administrativa
Jefe inmediato superior	Administradora
Supervisa a	Ninguno

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Brindar apoyo en la gestión administrativa y operativa de la empresa, asegurando el correcto funcionamiento de las actividades diarias.

III FUNCIONES

La asistente administrativa brinda apoyo a la administradora en diversas tareas administrativas y de oficina. Como la gestión de la agenda, la recepción de llamadas y correos electrónicos, el mantenimiento de registros y archivos, la preparación de documentos y reportes, la gestión de citas y reservas, ventas y la atención al cliente. La asistente administrativa también puede encargarse de la facturación, el seguimiento de pagos y otras tareas relacionadas con la gestión administrativa del negocio. Debe colaborar con el personal de la guardería y peluquería canina para garantizar un entorno seguro y adecuado para los perros, siguiendo los protocolos establecidos y asegurando el bienestar de los animales.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Bachiller, Tecnología, Universitario
Experiencia	Mínimo 1 año en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, resolución de conflictos, proactividad y comunicación asertiva.
Formación	Bachiller, Tecnología, Universitario

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 43. Descripción de puesto del Estilista Canino

I INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Estilista Canino
Jefe inmediato superior	Administradora
Supervisa a	Ninguno

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Proporcionar servicios de peluquería y estilismo de alta calidad para perros, cumpliendo con las expectativas de los propietarios. Mejorar la apariencia y el bienestar de los perros a través de técnicas adecuadas de aseo y estilismo.

Colaborar con el equipo de la peluquería canina para garantizar una operación eficiente y un servicio al cliente excepcional.

III FUNCIONES

Realizar servicios de baño y aseo básico, incluyendo el lavado, secado y cepillado del pelaje de los perros. Realizar el corte y cuidado de las uñas de los perros, así como la limpieza de los oídos y los dientes. Mantener registros precisos de los servicios realizados y las observaciones sobre la salud y el comportamiento de los perros.

Tener el equipo y las herramientas de trabajo en buen estado, asegurando la higiene y la seguridad en todo momento. Y por último brindar asesoramiento y recomendaciones a los propietarios sobre el cuidado y el mantenimiento del pelaje de sus perros.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Bachiller, Tecnología, Universitario
Experiencia	Mínimo 2 o 3 años en cargos similares
Habilidades	Que pueda dar asesoría de imagen en caninos, atención al cliente, paciencia, ser capaz de manejar a las mascotas independientemente de su raza o tamaño.
Formación	En peluquería y estética canina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 44. Descripción de puesto del Cuidador Canino

I INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Cuidador Canino
Jefe inmediato superior	Administradora
Supervisa a	Ninguno

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Garantizar el bienestar y la seguridad de los perros. Mantener un entorno limpio y ordenado en las áreas de alojamiento y juego. Promover el juego y la socialización entre los perros para su desarrollo físico y mental, monitorear la salud de los perros y alertar a la administración sobre cualquier problema o cambio en su comportamiento.

Administrar correctamente la alimentación y medicación según las indicaciones del propietario.

III FUNCIONES

-
1. Supervisar y controlar a los perros durante su tiempo de juego y recreación.
 2. Alimentar a los perros según las instrucciones proporcionadas por los propietarios.
 3. Limpiar y desinfectar las áreas de alojamiento y juego, incluyendo la recogida de excrementos. Realizar paseos y actividades físicas según lo programado proporcionando atención individualizada a los perros que requieran cuidados especiales, como medicación o terapia.
 6. Observar el comportamiento de los perros para detectar signos de estrés, agresión o enfermedad y tomar las medidas adecuadas.
 8. Comunicarse de manera efectiva con los propietarios, informando sobre el bienestar y el progreso de sus perros.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Bachiller, Tecnología, Universitario
Experiencia	Mínimo 2 o 3 años en cargos similares
Habilidades	Pasión y amor por los caninos, así como un buen conocimiento de su comportamiento y necesidades. Experiencia previa en el cuidado de perros, ya sea en una guardería canina, refugio de animales o en entorno personal.
Formación	Entrenamiento, cuidado y atención canina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

3.5 Control de Gestión

Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión permiten medir y evaluar el desempeño de la empresa en diferentes áreas clave. En el caso de SASO PETS, estos indicadores pueden incluir la satisfacción de los clientes, la tasa de ocupación de las instalaciones, el número de servicios de peluquería realizados, etc. Estas mediciones proporcionan una visión clara de cómo está funcionando el negocio y si se están alcanzando los objetivos establecidos.

Tabla 45. *Indicadores de Gestión*

ÁREAS	INDICADORES
	Rentabilidad Margen de utilidad bruta, margen de utilidad neta.
	Gestión financiera Flujo de caja, rotación de inventario, días de cuentas por cobrar, días de cuentas por pagar.
Administrativa Financiera	Eficiencia operativa Gastos generales y administrativos como porcentaje de las ventas, gastos de personal como porcentaje de las ventas.
	Satisfacción del cliente Índice de satisfacción del cliente, número de quejas o reclamos recibidos.
	Productividad Ingresos generados por empleado, ratio de eficiencia del personal administrativo
	Tasa de ocupación Porcentaje de ocupación de las instalaciones en la guardería canina.
	Volumen de servicios de peluquería Número de servicios de peluquería canina realizados por período
Producción	Cumplimiento de horarios Porcentaje de cumplimiento de los horarios de entrega y recogida de las mascotas en la guardería.
	Nivel de satisfacción del cliente Evaluación de los clientes sobre la calidad de los servicios de peluquería y cuidado brindados.
	Índice de cuidado animal Registro de incidencias o accidentes en el cuidado de los animales, con el objetivo de mantener un ambiente seguro y libre de riesgos.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Necesidades De Personal

Al ser una empresa nueva, que está en la búsqueda de un lugar en el mercado se empezara con cuatro personas. Dos de ellos son administrativos: Administradora y asistente administrativa y dos operativos: Estilista y Cuidador Canino.

Las necesidades de personal aumentarán en el segundo año, dependiendo del desarrollo del proyecto, se vera la posibilidad de incrementar a más operarios.

Tabla 46. *Necesidades de Personal*

Necesidades de Personal				
Año	Administradora	Asistente Administrativa	Estilista Canino	Cuidador Canino
1	1	1	1	1
2	1	1	2	1
3	1	1	2	1
4	1	1	2	1
5	1	1	2	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO IV

Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Establecer la forma jurídica de la empresa SASO PETS, así como los reglamentos, permisos y legislación necesario para su adecuado funcionamiento.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa “SASO PETS” se dedicará a los servicios caninos de guardería y peluquería, al ser una microempresa de servicios estará constituida como persona natural o jurídica de tipo S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas) conformada por una socia.

Esta forma jurídica se considera la más apropiada para los emprendedores, a fin de impulsar y fomentar el desarrollo económico del país. La S.A.S está amparada desde el 2020 en la nueva ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, esta se desarrolló para fomentar los emprendimientos en el País.

Tabla 47. *Requisitos para construir una S.A.S*

Para construir una S.A.S es necesario lo siguiente:
1. Certificado electrónico del accionista.
2. Reserva de la denominación
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. "Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es:" (“Paso a paso para crear una Sociedad de Acciones ... - El Universo”) a. Tipo de solicitante b. Nombre completo c. Número de identificación d. Correo electrónico e. Teléfono f. Provincia y Ciudad h. Dirección
6. Copia(s) de cédula o pasaporte

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 48. *Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos*

Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos:

- Un formulario declarativo de ocupación, el cual debe ser firmado por el propietario del proyecto. Puede encontrar este formulario en el siguiente enlace: Declarativo Área Técnica. Es importante destacar que se verificarán las firmas de validación en dicho formulario.
- Una copia del certificado de Visto Bueno de Planos. Este certificado es necesario para comprobar que los planos del proyecto han sido revisados y aprobados.
- Una copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P. Este documento es importante, ya que demuestra que la memoria técnica del proyecto ha sido aprobada y sellada por la entidad correspondiente.
- Una copia de los planos SCI aprobados y sellados. Estos planos son necesarios para verificar que se cumplan los requisitos de seguridad y que el diseño del proyecto está de acuerdo con las normativas vigentes.

Es fundamental asegurarse de presentar copias completas y legibles de todos los documentos requeridos para evitar retrasos o problemas en el proceso de evaluación y aprobación del proyecto.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 49. *Obtención del permiso de funcionamiento – ARCSA*

OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO – ARCSA

El Permiso de Funcionamiento es el documento emitido por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos establecidos en la normativa vigente para operar, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Procedimiento para obtener el Permiso de Funcionamiento:

1. Acceder al sistema informático de la ARCSA a través del enlace permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec utilizando el nombre de usuario y la contraseña correspondientes. En caso de no contar con un usuario, es necesario registrarse en el sistema.
2. Una vez registrado, se puede obtener el Permiso de Funcionamiento siguiendo las instrucciones detalladas en el documento "Obtención Permiso de funcionamiento" disponible para su descarga en formato PDF.
3. Completar el formulario proporcionado, adjuntando los requisitos necesarios de acuerdo con la actividad específica del establecimiento.
4. Una vez emitida la orden de pago, se podrá imprimir y, después de transcurridas 24 horas desde su generación, proceder a cancelar el monto correspondiente.

Es importante seguir todos los pasos y requisitos indicados en el procedimiento para obtener el Permiso de Funcionamiento de manera adecuada. El cumplimiento de estas instrucciones garantiza que el establecimiento cumple con los estándares sanitarios establecidos y puede operar legalmente.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.3 Registros de marcas

Tabla 50. Registro de marcas de productos y servicios único para personas naturales

REGISTRO DE MARCAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ÚNICO PARA PERSONAS NATURALES

El proceso de Registro de Marcas de Productos y Servicios es un trámite exclusivo para personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como extranjeras, que tiene como objetivo registrar una marca que sea lo suficientemente distintiva y pueda ser representada gráficamente.

Requisitos obligatorios: Presentar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, proporcionar el comprobante de pago de la tasa correspondiente y adjuntar una etiqueta digital en formato JPG con dimensiones de 5x5 cm.

Requisitos especiales: Si corresponde, presentar un Certificado Financiero para aplicar descuentos. En caso de ser necesario, incluir un poder o nombramiento que otorgue la representación legal para la presentación del trámite. Si se solicita prioridad en el registro, adjuntar el Documento de Prioridad correspondiente.

El trámite tiene un costo de \$ 208,00 USD, sin incluir el IVA

Para realizar el trámite es necesario realizar los siguientes pasos:

1. Obtener asesoría en las ventanillas correspondientes.
2. Realizar la solicitud en línea a través del Portal del SENADI, proporcionando los requisitos básicos necesarios para generar el comprobante de pago.
3. Realizar el pago de la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico.
4. Iniciar el proceso de registro de la marca en el portal del SENADI.
5. Recoger el título, en caso de ser concedido.
6. Es importante tener en cuenta que este procedimiento puede variar según las características específicas de cada trámite que deba ser atendido por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Tabla 51. Derechos y obligaciones del Empleador

Derechos y obligaciones del Empleador

Realizar un contrato de Trabajo e inscribirlo al Ministerio de Relaciones Laborales

Afiliar a los trabajadores en el IESS (Seguridad Social), a partir del primer día de trabajo y asumir el porcentaje de 11,15% que corresponde al empleador.

Afiliar a los empleados desde el primer día de trabajo

Tratar a los trabajadores de la empresa con respeto y consideración

El sueldo básico que se debe pagar es de \$450 USD

Pagar horas extra o suplementarias

Reconocer los servicios sociales como décimo tercero cuarto, pago de fondo de reservas a partir del segundo año.

Pagar utilidades

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

CAPITULO V

Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Realizar el plan de inversión inicial, encontrar el costo y gasto de los servicios de guardería y peluquería en SASO PETS. En este capítulo se sabrá si el plan es viable o no.

5.2 Plan de inversiones

En la tabla 52 se detallará los recursos necesarios que la empresa SASO PETS deberá adquirir para su funcionamiento. Se tomó en cuenta todo lo necesario para la comodidad de los caninos y al mismo tiempo estar actualizados con la utilería de última generación para guardería y peluquería canina.

Tabla 52. Plan de Inversión

PLAN INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
ACTIVOS FIJOS			\$ 5.654,77
Muebles y enseres			\$ 2.104,84
Mueble de recepción	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Silla ergonómica recepción	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Luces Led y Letras 3D	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Kit punto de venta	1	\$ 539,84	\$ 539,84
Góndola Central	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Góndolas Laterales	3	\$ 115,00	\$ 345,00
Equipos de Computación			\$ 1.050,00
Celular Xiaomi Redmi Note 11 Pro	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Trípode con anillo de luz regulable	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Laptop Aspire 5 Slim Essential de Acer	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Maquinaria y Equipos			\$ 2.499,93
Secador de aseo para mascotas	1	\$ 135,99	\$ 135,99
Bañera Canina	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Camillas Peluquería	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Esterilizador de utensilios	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Hamacas de aseo	5	\$ 16,00	\$ 80,00
Maquina eléctrica profesional para perros	1	\$ 34,99	\$ 34,99
Deslanador de aseo para mascotas	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Jaulas caninas para peluquería	1	\$ 400,00	\$ 400,00

Camas con mantas	5	\$ 60,99	\$ 304,95
Comedero para perros	5	\$ 14,00	\$ 70,00
Kit de cámaras de seguridad	1	\$ 399,00	\$ 399,00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 850,28
Gastos de Constitución			\$ 850,28
Registro de marca	1	\$ 208,00	\$ 208,00
Sistema Contable: Instalación, Suscripción	1	\$ 259,28	\$ 259,28
Constitución S.A.S	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Patente Municipal	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	1	\$ 108,00	\$ 108,00
TOTAL, PLAN INVERSIÓN			\$ 6.505,05
Capital de trabajo (3 meses)			\$ 22.361,37
TOTAL			\$ 28.866,42

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

El valor que se invertirá es de **\$28.866,42**, que es el resultado de la suma de los muebles y enseres, equipos de computación, maquinaria y gastos de constitución. Para esclarecer el capital de trabajo se proyectó a 3 meses los gastos que se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 53. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
COSTOS DIRECTOS		\$ 7.301,25
Materia Prima Directa	\$ 1.122,25	\$ 3.366,75
Mano de Obra Directa (Cuidador y estilista)	\$ 1.311,50	\$ 3.934,50
COSTOS INDIRECTOS		\$ 497,29
Kit de peluquería 1 persona	\$ 70,00	\$ 210,00
Plan celular 1 persona	\$ 30,00	\$ 90,00
Plan de Servicio Mensual Datafast	\$ 20,53	\$ 61,60
Servicios Internet	\$ 45,23	\$ 135,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 11.095,58
Sueldos y Salarios (Administradora)	\$ 1.088,53	\$ 3.265,58
Suministros de Oficina (esferos, papel de impresora, etc.)	\$ 50,00	\$ 150,00
Gastos Servicios Básicos (Producción)	\$ 60,00	\$ 180,00
Gasto Arriendo Centro Comercial	\$ 2.500,00	\$ 7.500,00
GASTOS DE VENTA		\$ 3.467,25
Publicidad	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Sueldos y Salarios (asistente administrativa comercial)	\$ 655,75	\$ 1.967,25
TOTAL	\$ 6.298,04	\$ 22.361,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

Mano de Obra

Para que se obtenga los resultados deseados en SASO PETS, es fundamental la correcta composición de la mano de obra, ya que esta impulsa la productividad y eficiencia de las empresas, por lo que se eligieron los siguientes puestos a contratar, detallados a continuación:

Tabla 54. Rol de Pagos trabajadores

No	Cargo	Días Laborados	Sueldo Base	XIII	XIV	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Administradora	20	\$ 850,00	\$ 70,83	\$ 37,50	\$ 94,78	\$ 35,42	\$ 1.088,53
2	Asistente Administrativa	20	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 37,50	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 655,75
3	Estilista Canino	20	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 37,50	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 655,75
4	Cuidador Canino	20	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 37,50	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 655,75
TOTAL			\$ 2.350,00	\$ 195,83	\$ 150,00	\$ 262,03	\$ 97,92	\$ 3.055,78

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como resultado se determina el valor mensual a pagar de **\$3.055,78**, contando con una administradora, una asistente administrativa, un estilista y un cuidador canino.

Depreciación

La depreciación nos permite tener un valor aproximado y ajustar el valor real de un bien en cualquier momento del tiempo. (Burguillo, 2020). En la tabla 55, a continuación, se obtuvo el porcentaje de la depreciación, los años de vida útil y el resultado de la depreciación anual por un total de **\$806.98**.

Tabla 55. Depreciación

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y enseres	10	\$ 2.104,84	10%	\$ 210,48
Equipos de computación	10	\$ 1.050,00	33%	\$ 346,50
Maquinaria	3	\$ 2.499,93	10%	\$ 249,99
TOTAL				\$ 806,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Proyección de la depreciación

La proyección de la depreciación a 5 años de los activos fijos de “SASO PETS” S.A.S, da como resultado un valor de **\$810.44**, que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 56. Proyección de la depreciación a 5 años

DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR	% DEP	DEP. AÑO 1°	DEP. AÑO 2°	DEP. AÑO 3°	DEP. AÑO 4°	DEP. AÑO 5°
Muebles y enseres	10	\$ 2.104,84	10%	\$ 210,48	\$ 210,48	\$ 210,48	\$ 210,48	\$ 210,48
Equipos de computación	3	\$ 1.050,00	33,33%	\$ 349,97	\$ 349,97	\$ 349,97	\$ 349,97	\$ 349,97
Maquinaria	10	\$ 2.499,93	10%	\$ 249,99	\$ 249,99	\$ 249,99	\$ 249,99	\$ 249,99
TOTAL:				\$ 810,44				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Detalle de Costos

Para la siguiente tabla se colocó el detalle de los costos de “SASO PETS” S.A.S, el objetivo es que se conozca los recursos necesarios para el giro del negocio.

Tabla 57. Detalle de Costos

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
COSTOS DIRECTOS		
Materia Prima Directa	\$ 1.122,25	\$ 13.467,00
Mano de Obra Directa (Cuidador y estilista)	\$ 1.311,50	\$ 15.738,00
TOTAL	\$ 2.433,75	\$ 29.205,00
COSTOS INDIRECTOS		
Kit de peluquería 1 persona	\$ 70,00	\$ 840,00
Plan celular 1 persona	\$ 30,00	\$ 360,00
Plan de Servicio Mensual Datafast	\$ 20,53	\$ 246,40
Servicios Internet	\$ 45,23	\$ 542,76
TOTAL	\$ 165,76	\$ 1.989,16
TOTAL, COSTOS	\$ 2.599,51	\$ 31.194,16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en la tabla 57, obtenemos un valor de **\$31.194,16**, que se obtiene de la sumatoria de la materia prima, la mano de obra directa, el servicio de Datafast, el kit de peluquería para el estilista canino y los servicios de internet.

Proyección de Costos

Una vez obtenido el costo mensual, se realizó la proyección de costos por 5 años, que se detallan en la siguiente tabla, mismo que es calculado a partir del segundo año con la tasa promedio de inflación según el banco mundial de 0.68%.

Tabla 58. Proyección de Costos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
COSTOS DIRECTOS						
Materia Prima Directa	\$ 1.122,25	\$ 13.467,00	\$ 13.602,59	\$ 13.739,54	\$ 13.877,87	\$ 14.017,59
Mano de Obra Directa (Cuidador y estilista)	\$ 1.311,50	\$ 15.738,00	\$ 15.896,45	\$ 16.056,50	\$ 16.218,15	\$ 16.381,44
TOTAL	\$ 2.433,75	\$ 29.205,00	\$ 29.499,04	\$ 29.796,03	\$ 30.096,02	\$ 30.399,03
COSTOS INDIRECTOS						
Kit de peluquería 1 persona	\$70,00	\$ 840,00	\$ 848,46	\$ 857,00	\$ 865,63	\$ 874,34
Plan celular 1 persona	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 363,62	\$ 367,29	\$ 370,98	\$ 374,72
Plan de Servicio Mensual Datafast	\$ 20,53	\$ 246,40	\$ 248,88	\$ 251,39	\$ 253,92	\$ 256,47
Servicios Internet	\$ 45,23	\$ 542,76	\$ 548,22	\$ 553,74	\$ 559,32	\$ 564,95
TOTAL	\$ 165,76	\$ 1.989,16	\$ 2.009,19	\$ 2.029,42	\$ 2.049,85	\$ 2.070,49
TOTAL:	\$ 2.599,51	\$ 31.194,16	\$ 31.508,22	\$ 31.825,45	\$ 32.145,87	\$ 32.469,51

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autora

Detalle de Gastos

Para la siguiente tabla se detallan los gastos administrativos y de venta:

Tabla 59. Detalle de Gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y Salarios (Administradora)	\$1.088,53	\$13.062,30
Suministros de Oficina	\$50,00	\$600,00
Gastos Servicios Básicos (Producción)	\$60,00	\$720,00
Gasto Arriendo Centro Comercial	\$2.500,00	\$30.000,00
TOTAL	\$3.698,53	\$44.382,30
GASTOS DE VENTA		
Publicidad	\$500,00	\$6.000,00
Sueldos y Salarios (asistente administrativa comercial)	\$655,75	\$7.869,00
TOTAL	\$1.155,75	\$13.869,00
TOTAL, GASTOS:	\$4.854,28	\$58.251,30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Proyección Gastos

Para la siguiente tabla de la misma forma como realizamos la proyección para los costos, se desarrolla la proyección de los gastos por cinco años para lo cual se toma la tasa de inflación del 0.68%:

Tabla 60. Proyección de Gastos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y Salarios (Administradora)	\$ 1.088,53	\$ 13.062,30	\$ 13.193,81	\$ 13.326,65	\$ 13.460,82	\$ 13.596,34
Suministros de Oficina	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 606,04	\$ 612,14	\$ 618,31	\$ 624,53
Gastos Servicios Básicos (Producción)	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 727,25	\$ 734,57	\$ 741,97	\$ 749,44
Gasto Arriendo Centro Comercial	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00	\$ 30.302,04	\$ 30.607,12	\$ 30.915,27	\$ 31.226,53
TOTAL	\$ 3.698,53	\$ 44.382,30	\$ 44.829,14	\$ 45.280,48	\$ 45.736,36	\$ 46.196,84
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.060,41	\$ 6.121,42	\$ 6.183,05	\$ 6.245,31
Sueldos y Salarios (asistente administrativa)	\$ 655,75	\$ 7.869,00	\$ 7.948,23	\$ 8.028,25	\$ 8.109,08	\$ 8.190,72
TOTAL	\$ 1.155,75	\$ 13.869,00	\$ 14.008,63	\$ 14.149,67	\$ 14.292,13	\$ 14.436,02
TOTAL, PROYECCIÓN DE GASTOS:	\$ 4.854,28	\$ 58.251,30	\$ 58.837,77	\$ 59.430,15	\$ 60.028,50	\$ 60.632,86

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

5.4 Plan de Financiamiento

En la siguiente tabla se muestra el plan del financiamiento de SASO PETS S.A.S, se optó por financiar por medio de recursos propios obteniendo como base el cálculo del plan de inversión y el capital del trabajo, el 51% por un valor de **\$14.721,87** por mi persona y el restante del 49% por un valor de **\$14.144,54** por medio de dos familiares, como se puede detallar a continuación:

Tabla 61. Plan de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	% SOCIOS	TOTAL
<u>Recursos Propios</u>			
Aportación de Socios			28.866,42
Socio 1 Gerente	\$ 14.721,87	51%	
Socio 2 Familiares	\$ 14.144,54	49%	
TOTAL		100%	28.866,42

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Forma de financiamiento

El cuadro que se presenta a continuación establece los parámetros que puede utilizar el proponente para financiar su proyecto:

Tabla 62. Estructura del Financiamiento

INVERSIONES	VALOR
ACTIVOS FIJOS	\$ 5.654,77
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 850,28
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22.361,37
TOTAL	\$ 28.866,42

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

5.5 Cálculo de Ingresos

Como resultado de la encuesta realizada para este proyecto, se obtuvo la aceptación de los servicios de Guardería y Peluquería canina y tomando en cuenta la capacidad de producción y el valor unitario del servicio. En la tabla 63 a continuación se determina el precio de venta unitario de los dos servicios:

Tabla 63. Determinación del Precio de Venta Unitario

SERVICIOS	COSTO TOTAL MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	SERVICIOS MENSUALES	PRECIO DE VENTA UNITARIO
		\$	%			
GUARDERÍA	\$ 3,88	\$ 1,11	22%	\$ 4.800,00	960	\$ 5,00
PELUQUERÍA	\$ 19,41	\$ 3,59	16%	\$ 4.416,00	192	\$ 23,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como se puede observar se detalla el costo unitario de los dos servicios, calculado dividiendo la suma de los costos y gastos con lo que se prevé producir al mes y nos da un precio de venta unitario de **\$5,00** la guardería y de la peluquería **\$23,00** este es un valor promedio ya que los precios de peluquería varían de acuerdo con las razas caninas.

Proyección de Ingresos

De esta manera, obtenido el precio de venta de nuestros productos, ya estamos en condiciones de proyectar cuáles van a ser nuestros ingresos, para esta proyección de ingresos se realizó tomando en cuenta la tasa de crecimiento del sector para la cantidad y para el costo la tasa promedio de inflación del 0.68% que se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 64. Cálculo y Proyección de Ingresos a cinco años

	PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	Peluquería Canina	192	2304	\$ 23,00	\$ 4.416,00	\$ 52.992,00
	Guardería Canina	960	11520	\$ 5,00	\$ 4.800,00	\$ 57.600,00
	TOTAL	1.152	13.824	\$ 28,00	\$ 9.216,00	\$ 110.592,00
AÑO 2	Peluquería Canina	199	2384	\$ 23,23	\$ 4.615,68	\$ 55.388,21
	Guardería Canina	993	11921	\$ 5,05	\$ 5.017,05	\$ 60.204,58
	TOTAL	1.192	14.305	\$ 28,28	\$ 9.632,73	\$ 115.592,79
AÑO 3	Peluquería Canina	206	2467	\$ 23,47	\$ 4.824,40	\$ 57.892,78
	Guardería Canina	1028	12336	\$ 5,10	\$ 5.243,91	\$ 62.926,93
	TOTAL	1.234	14.803	\$ 28,57	\$ 10.068,31	\$ 120.819,71
AÑO 4	Peluquería Canina	213	2553	\$ 23,70	\$ 5.042,55	\$ 60.510,59
	Guardería Canina	1064	12765	\$ 5,15	\$ 5.481,03	\$ 65.772,38
	TOTAL	1.277	15.318	\$ 28,85	\$ 10.523,58	\$ 126.282,98
AÑO 5	Peluquería Canina	220	2642	\$ 23,94	\$ 5.270,57	\$ 63.246,78
	Guardería Canina	1101	13209	\$ 5,20	\$ 5.728,88	\$ 68.746,50
	TOTAL	1.321	15.851	\$ 29,14	\$ 10.999,44	\$ 131.993,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

5.6 Punto de equilibrio

Al calcular el punto de equilibrio para “SASO PETS” S.A.S podemos determinar la cantidad de servicios necesarios para que los ingresos totales se igualen a los costos totales. A continuación, se calcula el punto de equilibrio de los dos servicios principales que corresponden a la guardería y peluquería:

Para la Guardería Canina:

Tabla 65. Datos para el punto de equilibrio - Guardería

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$ 1.149,16	\$ 22.934,16	\$ 12.041,66
Gastos	\$ 44.343,07	\$ 7.869,00	\$ 26.106,04
TOTAL	\$ 22.746,12	\$ 15.401,58	\$ 38.147,70
N° de Servicios Anuales Guardería			11.520
Precio de Venta Unitario			\$ 5,00
Costo Variable Unitario			\$ 1,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la Tabla 65, para determinar el costo variable unitario de la guardería canina, se divide el total del costo variable y las unidades del producto anuales, que como resultado nos da un valor de **\$1,34**.

Fórmula para el punto de equilibrio de la Guardería Canina en cantidad:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Aplicación de la fórmula:

Ecuación 2. Punto de equilibrio en cantidad – Guardería

$$PE = \frac{\$22.746.12}{\$5,00 - \$1,34}$$

$$PE = 6210$$

Fórmula para el punto de equilibrio de la Guardería Canina en dólares:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}} \right)}$$

Aplicación de la fórmula:

Ecuación 3. Punto de Equilibrio en dólares – Guardería

$$PE = \frac{\$22.746.12}{1 - \left(\frac{\$1,34}{\$5,00} \right)}$$

$$PE = \$31.048$$

Fórmula para el punto de equilibrio de la Guardería Canina en porcentaje:

$$PE = \frac{\text{Punto de equilibrio en \$}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Aplicación de la fórmula:

Ecuación 4. Punto de Equilibrio en porcentaje – Guardería

$$PE = \frac{\$31.048}{\$110.592,00}$$

$$PE = 28\%$$

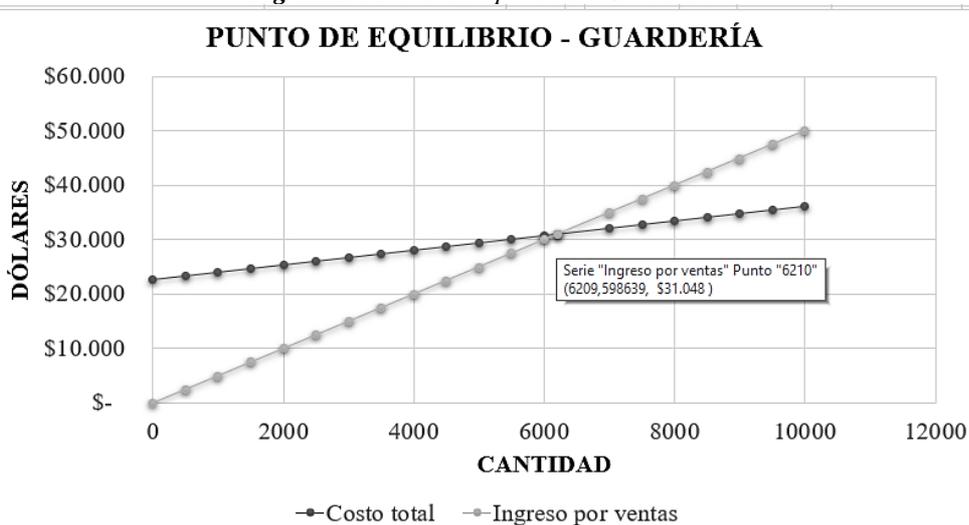
Tabla 66. Punto de equilibrio - Guardería

UNIDADES VENDIDAS	COSTO TOTAL	INGRESO POR VENTAS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
0	\$ 22.746	\$ -	\$ 22.746	\$ -
500	\$ 23.415	\$ 2.500	\$ 22.746	\$ 668
1000	\$ 24.083	\$ 5.000	\$ 22.746	\$ 1.337
1500	\$ 24.752	\$ 7.500	\$ 22.746	\$ 2.005
2000	\$ 25.420	\$ 10.000	\$ 22.746	\$ 2.674
2500	\$ 26.088	\$ 12.500	\$ 22.746	\$ 3.342
3000	\$ 26.757	\$ 15.000	\$ 22.746	\$ 4.011
3500	\$ 27.425	\$ 17.500	\$ 22.746	\$ 4.679
4000	\$ 28.094	\$ 20.000	\$ 22.746	\$ 5.348
4500	\$ 28.762	\$ 22.500	\$ 22.746	\$ 6.016
5000	\$ 29.431	\$ 25.000	\$ 22.746	\$ 6.685
5500	\$ 30.099	\$ 27.500	\$ 22.746	\$ 7.353
6000	\$ 30.768	\$ 30.000	\$ 22.746	\$ 8.022
6210	\$ 31.048	\$ 31.048	\$ 22.746	\$ 8.302
7000	\$ 32.105	\$ 35.000	\$ 22.746	\$ 9.359
7500	\$ 32.773	\$ 37.500	\$ 22.746	\$ 10.027
8000	\$ 33.442	\$ 40.000	\$ 22.746	\$ 10.696
8500	\$ 34.110	\$ 42.500	\$ 22.746	\$ 11.364
9000	\$ 34.779	\$ 45.000	\$ 22.746	\$ 12.032
9500	\$ 35.447	\$ 47.500	\$ 22.746	\$ 12.701
10000	\$ 36.116	\$ 50.000	\$ 22.746	\$ 13.369

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Figura 23. Punto de equilibrio - Guardería



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 67. Datos para el Punto de Equilibrio - Peluquería

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$ 1.149,16	\$ 22.934,16	\$ 12.041,66
Gastos	\$ 44.343,07	\$ 7.869,00	\$ 26.106,04
TOTAL	\$ 22.746,12	\$ 15.401,58	\$ 38.147,70
N° de Servicios Anuales Peluquería			2.304
Precio de Venta Unitario			\$ 23,00
Costo Variable Unitario			\$ 6,68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la Tabla 66, para determinar el costo variable unitario de la peluquería canina, se divide el total del costo variable y las unidades del producto anuales, que como resultados da un valor de **\$6,68**.

Fórmula para el punto de equilibrio de la Peluquería Canina en cantidad:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Aplicación de la fórmula:

Ecuación 5. Punto de equilibrio en cantidad – Peluquería

$$PE = \frac{\$22.746,12}{\$23,00 - \$6,68}$$

$$PE = 1394,00$$

Fórmula para el punto de equilibrio de la Peluquería Canina en dólares:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}} \right)}$$

Aplicación de la fórmula:

Ecuación 6. Punto de Equilibrio en dólares – Peluquería

$$PE = \frac{\$22.746,12}{1 - \left(\frac{\$6,68}{\$23,00} \right)}$$

$$PE = \$ 32.065,67$$

Fórmula para el punto de equilibrio de la Peluquería Canina en porcentaje:

$$PE = \frac{\text{Punto de equilibrio en dólares}}{\text{Ingresos Totales}} \times 100$$

Aplicación de la fórmula:

Ecuación 7. Punto de Equilibrio en porcentaje – Peluquería

$$PE = \frac{\$ 32.065,67}{\$110.592,00} \times 100$$

$$PE = 29\%$$

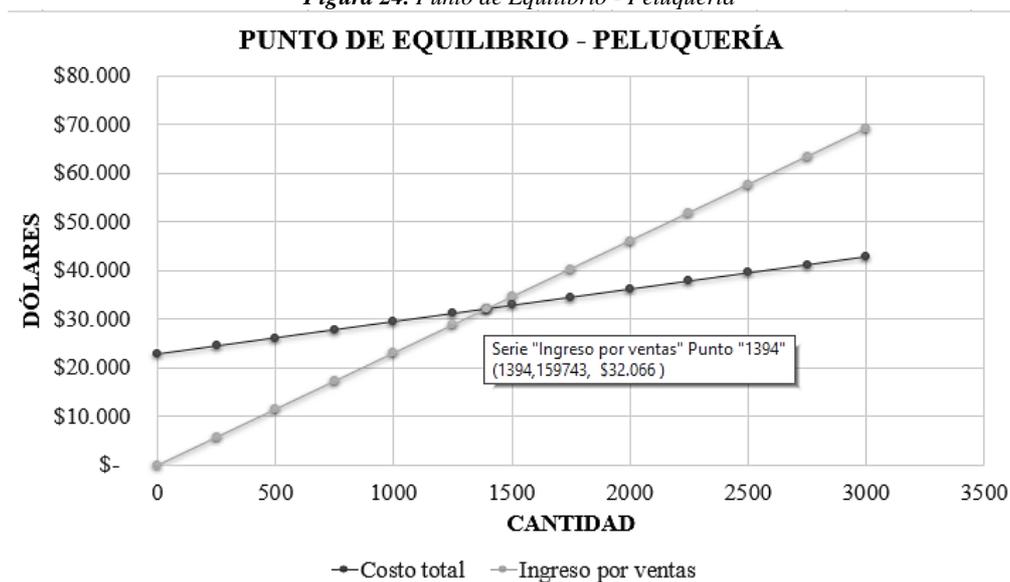
Tabla 68. Punto de Equilibrio - Peluquería

UNIDADES VENDIDAS	COSTO TOTAL	INGRESO POR VENTAS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
0	\$ 22.746	\$ -	\$ 22.746	\$ -
250	\$ 24.417	\$ 5.750	\$ 22.746	\$ 1.671
500	\$ 26.088	\$ 11.500	\$ 22.746	\$ 3.342
750	\$ 27.760	\$ 17.250	\$ 22.746	\$ 5.014
1000	\$ 29.431	\$ 23.000	\$ 22.746	\$ 6.685
1250	\$ 31.102	\$ 28.750	\$ 22.746	\$ 8.356
1394	\$ 32.066	\$ 32.066	\$ 22.746	\$ 9.320
1500	\$ 32.773	\$ 34.500	\$ 22.746	\$ 10.027
1750	\$ 34.444	\$ 40.250	\$ 22.746	\$ 11.698
2000	\$ 36.116	\$ 46.000	\$ 22.746	\$ 13.369
2250	\$ 37.787	\$ 51.750	\$ 22.746	\$ 15.041
2500	\$ 39.458	\$ 57.500	\$ 22.746	\$ 16.712
2750	\$ 41.129	\$ 63.250	\$ 22.746	\$ 18.383
3000	\$ 42.800	\$ 69.000	\$ 22.746	\$ 20.054

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Figura 24. Punto de Equilibrio - Peluquería



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

5.7 Estado de Resultados Proyectado

En el estado de resultados determina que los ingresos y las ganancias de una organización cubren los costos. Diferencia entre ingresos de menor costo y mayores ingresos, es positiva, el negocio se beneficiará; sin embargo, si es negativo, el negocio refleja la pérdida total. Es así como, en la Tabla 69 refleja el estado proyectado de los resultados para los próximos cinco años:

Tabla 69. Estado de Resultados Proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	110.592,00	115.592,79	120.819,71	126.282,98	131.993,29
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	31.194,16	31.508,22	31.825,45	32.145,87	32.469,51
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	79.397,84	84.084,57	88.994,26	94.137,11	99.523,78
(-) GASTOS OPERACIONALES	58.251,30	58.837,77	59.430,15	60.028,50	60.632,86
GASTOS ADMINISTRATIVOS	44.382,30	44.829,14	45.280,48	45.736,36	46.196,84
GASTOS DE VENTAS	13.869,00	14.008,63	14.149,67	14.292,13	14.436,02
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	21.146,54	25.246,79	29.564,11	34.108,61	38.890,91
(-) 15% Participación trabajadores	3.171,98	3.787,02	4.434,62	5.116,29	5.833,64
(=) UTILIDAD POST PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	17.974,56	21.459,77	25.129,49	28.992,32	33.057,28
(-) 25% Impuesto a la Renta	4.493,64	5.364,94	6.282,37	7.248,08	8.264,32
(=) UTILIDAD NETA	13.480,92	16.094,83	18.847,12	21.744,24	24.792,96

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como se puede observar gracias al análisis del estado de resultados proyectado, se determina que en su primer año de operaciones hay una utilidad buena, con tendencia al alza para los próximos cinco años, por el incremento normal de la producción y del precio; los valores muestran estabilidad y una alta rentabilidad, dándonos un valor de \$ **24.792,96** por quinto año en la utilidad o pérdida de mano de obra. Afortunadamente, las S.A.S tienen tres años para ser exonerado del impuesto de alquiler.

5.8 Flujo de Caja

Se demostrará con el Flujo de Caja detallado a continuación en la tabla 70, los movimientos en efectivo que “SASO PETS S.A.S” tendrá en los próximos cinco años. Esto es de suma importancia, ya que se puede analizar e interpretar la liquidez de la empresa.

Tabla 70. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA - EMPRESA "SASO PETS"						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A INGRESOS OPERACIONALES		110.592,00	115.592,79	120.819,71	126.282,98	131.993,29
Recursos propios	28.866,42					
Ingresos por venta		110.592,00	115.592,79	120.819,71	126.282,98	131.993,29
B EGRESOS OPERACIONALES		89.445,46	90.346,00	91.255,60	92.174,36	93.102,37
Costos Directos		29.205,00	29.499,04	29.796,03	30.096,02	30.399,03
Costos Indirectos		1.989,16	2.009,19	2.029,42	2.049,85	2.070,49
Gastos Administrativos		44.382,30	44.829,14	45.280,48	45.736,36	46.196,84
Gastos De Venta		13.869,00	14.008,63	14.149,67	14.292,13	14.436,02
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)		21.146,54	25.246,79	29.564,11	34.108,61	38.890,91
D INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E EGRESOS NO OPERACIONALES		7.665,62	9.151,96	10.716,99	12.364,37	14.097,96
Pago de participación de utilidades		3.171,98	3.787,02	4.434,62	5.116,29	5.833,64
Pago 25% Impuesto a la Renta		4.493,64	5.364,94	6.282,37	7.248,08	8.264,32
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		-7.665,62	-9.151,96	-10.716,99	-12.364,37	-14.097,96
G FLUJO NETO GENERAL (C-F)	28.866,42	13.480,92	16.094,83	18.847,12	21.744,24	24.792,96
(+) DEPRECIACIONES		810,44	810,44	810,44	810,44	810,44
J FLUJO NETO DE CAJA	-28.866,42	14.291,36	16.905,27	19.657,56	22.554,68	25.603,40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como podemos observar en la tabla 70, se especifican los movimientos del flujo de caja, mismos que fueron proyectados para cinco años, como tal tenemos valores para el primer año de **\$14.291,36**, mientras que para el quinto año es de **\$25.603,40**.

5.9 Evaluación financiera

Con la evaluación financiera de “SASO PETS S.A.S” se busca determinar la viabilidad económica del negocio. Se analizarán aspectos como los costos operativos, inversiones iniciales, ingresos proyectados, flujos de efectivo, periodo de retorno de la inversión y la rentabilidad esperada. También se estudiará la competencia en el mercado y se elaborarán proyecciones financieras para tomar decisiones informadas sobre la factibilidad del proyecto.

Indicadores

Todos los indicadores financieros deben venir acompañados de su fórmula o cuadro respectivo, de las cifras parciales correspondientes, que permitan la verificación del resultado final. Se debe tomar en cuenta que se mantiene una inflación del 0,68% y de igual manera una tasa pasiva referencial del 0,692%

TMAR

Para el cálculo del VAN, se debe establecer la Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento (TMAR), que significa el rendimiento económico el cual el inversionista está dispuesto a recibir por el costo brindado al proyecto. Como se observa en la Tabla 71, tenemos una tasa mínimo aceptable de rendimiento del 7,65%

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de Inflación} + \text{Tasa Pasiva Referencial} + (\text{Tasa de Inflación} * \text{Tasa Pasiva Referencial})$$

Aplicación de la formula:

Tabla 71. Tasa mínimo aceptable de Rendimiento (TMAR)

TASA MÍNIMO ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)	
INFLACIÓN	0,0068
TASA DE INTERÉS PASIVA BANCO CENTRAL	0,0692
TMAR=	7,65%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN, permite conocer la viabilidad del proyecto, consiguiendo así el valor positivo en dólares de \$ 49266,90 se puede observar en la Tabla 72. Utilizando la siguiente formula.

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

VAN > 0; se acepta

VAN = 0; decisión del inversionista

VAN < 0; no se acepta

Aplicación de la formula:

$$VAN = -28.866,42 + \frac{14.291,36}{(1+0,0007647056)^1} + \frac{16.905,27}{(1+0,0007647056)^2} + \frac{19.657,56}{(1+0,0007647056)^3} + \frac{22.554,68}{(1+0,0007647056)^4} + \frac{25.603,40}{(1+0,0007647056)^5}$$

Tabla 72. Valor actual neto (VAN)

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
-28866,42	13276,13	14588,74	15758,80	16796,86	17712,78
VAN= \$ 49266,90					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es así como para obtener la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 54% de esta manera se entiende que proyecto tiene una rentabilidad muy alta y una factibilidad del proyecto, misma que se aplica la siguiente formula.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Aplicación de la fórmula:

$$\underline{\underline{TIR = 54\%}}$$

Ingresos proyectados

Tabla 73. Ingresos proyectados

	1	2	3	4	5
	\$110.592,00	\$115.592,79	\$120.819,71	\$126.282,98	\$131.993,29
INGRESOS PROYECTADOS	1,08	1,16	1,25	1,34	1,45
	\$102.735,74	\$ 99.753,11	\$ 96.857,07	\$ 94.045,10	\$ 91.314,78
					\$484.705,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la Tabla 73 podemos observar los ingresos operacionales proyectados desde el año 1 al año 5 y es un valor total de **\$484.705,79**.

Egresos proyectados

Tabla 74. Egresos proyectados

	1	2	3	4	5
	\$ 89.445,46	\$ 90.346,00	\$ 91.255,60	\$ 92.174,36	\$ 93.102,37
EGRESOS PROYECTADOS	1,08	1,16	1,25	1,34	1,45
	\$ 83.091,41	\$ 77.965,88	\$ 73.156,52	\$ 68.643,83	\$ 64.409,51
					\$367.267,16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la Tabla 80 podemos observar los egresos operacionales proyectados desde el año 1 al año 5 y es un valor total de **\$367.267,16**

Beneficio Costo

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Consiste en la división de los ingresos y egresos operacionales proyectados.

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Aplicación de la fórmula:

Tabla 75. Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	=	Sumatoria de ingresos proyectados actualizados	\$ 484.705,79
		Sumatoria de egresos proyectados actualizados	\$ 367.267,16
		TOTAL	\$ 1,3

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

La relación beneficio costo es de **1,3** lo cual le hace atractivo al proyecto y esto quiere decir que, por cada dólar invertido, se ganara **0,30** centavos.

Período de Recuperación

Se determina el tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja; y aquí se observa que en el **año 3** se empieza a recuperar la inversión inicial.

Tabla 76. Período de Recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	14.291,36	16.905,27	19.657,56	22.554,68	25.603,40
$(1+i)^n$		1,08	1,16	1,25	1,34	1,45
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO		13.276,13	14.588,74	15.758,80	16.796,86	17.712,78
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO	\$-28.866,42	\$-15.590,29	\$-1.001,54	\$ 14.757,26	\$31.554,12	\$49.266,90

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

Se determinará una ganancia de **\$ 14.757,26** en el tercer año, para determinar la cantidad de meses y años, realizamos lo siguiente: para meses se multiplican los 12 meses por el flujo de caja final actualizado del año dos que es de **\$-1.001,54** y se lo divide por el flujo de caja actualizado del tercer año, que es de **\$15.758,80** y así nos da un valor de 3,06. Para días se toman los dos últimos valores del 3,06, en este caso son los 0,06 y se los multiplica por los 30 días del mes. Y así esta multiplicación nos un valor total de 2. Es así, que tendremos la recuperación de nuestros ingresos a los tres años, tres meses y 2 días.

BIBLIOGRAFÍA

- Bello, E. (29 de julio de 2022). *IEBS School* . Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/matriz-efe-y-efi-management/>
- Burguillo, R. V. (01 de mayo de 2020). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
- Ecuador Legal. (02 de mayo de 2023). *Ecuador Legal Online* . Obtenido de <https://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>
- EL TELÉGRAFO . (30 de agosto de 2015). El proyecto Urbanimal de Quitumbe tiene listo su estudio de prefactibilidad. El cabildo aún no anuncia la fecha de construcción de este proyecto. *3 de cada 5 familias tienen una mascota.*
- Forero, J. (01 de junio de 2020). *Andes Foods*. Obtenido de <https://andesfoods.ec/es/el-mercado-de-cuidado-de-mascotas-continua-creciendo/>
- HVDES . (2022). *HVDES* . Obtenido de <http://www.hvdes.com>
- Pineda, J. (06 de abril de 2016). *Marketing Digital Upf* . Obtenido de <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/btl-estrategia-marketing/>
- Torre, M. d. (septiembre de 2022). *Primicias EC*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/gasto-productos-ventas-mascotas/>