



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU  
SANTO**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA UNIDAD MÓVIL  
DE MASCOTAS CON SERVICIO INTEGRAL AL  
MERCADO DE SAMBORONDÓN.**

**Trabajo de titulación que se presenta como requisito para  
obtener el título de:**

**Ingeniero en Ciencias Empresariales**

**Autora: María Elena Zevallos Larrea**

**Leslie Rodríguez MBA.**

**Samborondón, abril de 2015**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, por darme la fortaleza para seguir adelante. A mi hija por ser el motor de mi vida y a toda mi familia por ser un pilar de apoyo incondicional durante todo este tiempo. En especial a mis padres, Dr. Fernando Zevallos Carbo y Ángela Larrea Roca, por formarme con valores y principios para conseguir el éxito en esta etapa muy importante de la vida.

Una dedicatoria especial para la familia Pastuizaca Mora por darme una mano amiga. A mi tutora por guiarme durante el proceso de titulación y a todos mis amigos y amigas que estuvieron presentes y confiaron en mí.

## **RECONOCIMIENTO**

Un gran reconocimiento a la Fundación Leónidas Ortega Moreira por darme la oportunidad de estudiar mediante una beca en la Universidad Espíritu Santo. Reconozco a la Ingeniera María Elena Ortega por depositar su confianza en el futuro del mañana. A la Economista Marcela Sosa por su calidad humana, y a la Psicóloga María Acosta y a Mónica Betancourt por su plena disposición al servicio incondicional.

Mi más sincero reconocimiento a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, en especial a mi Sub decana Elba Calderón por su gran sabiduría y a todos mis profesores. A mi maestro Christian Moran por ser un líder en conocimientos académicos y por su enseñanza moral.

# 1 ÍNDICE

<b>Contenido</b>	<b>pág.</b>
DEDICATORIA .....	i
RECONOCIMIENTO.....	ii
1 <b>Índice</b> .....	iii
2 <b>Justificación</b> .....	1
3 <b>Problema a resolver</b> .....	2
4 <b>Objetivo General</b> .....	3
5 <b>Resumen ejecutivo</b> .....	3
6 <b>Definición del negocio</b> .....	5
6.1 Misión.....	5
6.2 Visión .....	5
7 <b>Metas</b> .....	5
8 <b>Viabilidad Legal</b> .....	6
8.1 Permisos .....	6
8.2 Registro de la marca .....	7
8.3 Marco Societario. ....	8
8.4 Incentivos tributarios.....	9
8.5 Normas ambientales. ....	9
9 <b>Análisis de mercado</b> . ....	10
9.1 Mercado Objetivo.....	10
9.2 Análisis político, económico, social, tecnológico y ambiental (PESTAL).....	11
9.3 Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) . ....	15
9.4 Análisis de las 4P'S.....	15
9.4.1 Producto.....	16
9.4.2 Precio.....	17
9.4.3 Promedio de precios: Mínimos y máximos. ....	20
9.4.4 Sensibilidad de precios. ....	20
9.4.5 Plaza.....	20
9.4.6 Promoción.....	21

9.5	Análisis de la oferta y análisis de la demanda.....	23
9.6	Análisis de la Demanda:.....	24
9.7	Variables Demográficas:.....	26
9.7.1	Encuestas.....	29
9.7.2	Tamaño de la muestra.....	29
9.7.3	Tabulación de encuestas.....	30
9.7.4	Conclusión global de la encuesta.....	38
9.8	Análisis de la Oferta.....	39
9.9	Competidores:.....	40
9.10	Proveedores.....	42
9.11	Estrategia de diferenciación.....	42
9.12	Acciones de promoción.....	42
9.13	Canal de distribución.....	43
9.13.1	Pre-Venta:.....	44
9.13.2	Post-Venta:.....	45
10	<b>Análisis operativo</b> .....	46
10.1	Localización del negocio.....	46
10.1.1	Diseño de la unidad.....	46
10.2	Método de producción.....	47
10.3	Determinación de la capacidad instalada.....	48
10.4	Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, (OTIDA).....	49
10.4.1	Diseño del servicio.....	51
10.4.2	Diagrama de procesos.....	53
10.4.3	Ciclo del negocio.....	56
10.5	Inversiones en insumos tecnológicas.....	57
10.6	Abastecimiento de materias primas.....	58
10.7	Recursos humanos.....	58
11	<b>Análisis financiero</b> .....	59
11.1	Estados de resultados proyectados a 5 años.....	60
11.2	Flujos de caja proyectados a 5 años.....	61
11.3	Análisis de punto de equilibrio.....	62
11.4	Análisis de sensibilidad. Conservador.....	64
11.5	Análisis de sensibilidad. Escenario optimo.....	65
11.6	Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.....	66

11.7	Impacto y sostenibilidad del negocio. ....	68
12	<b>Conclusiones.</b> ....	69
13	<b>Bibliografía</b> .....	70
14	<b>Anexos</b> .....	74

## **2 JUSTIFICACIÓN**

Una constante evolución de cambios sociales ha permitido ofrecer una mejor calidad de vida a las mascotas, en el ámbito de la salud, higiene y estética.

En nuestro país el buen trato a los animales domésticos como los perros y gatos forman una posición importante dentro de la familia y la sociedad, según la asamblea nacional de la república del Ecuador, en la “Ley de Protección de Animales Domésticos y de Compañías” vigente, en la sección; definiciones de la ley, certifica que:

“Los animales de compañía o mascotas son perros y gatos u otros animales domésticos usados principalmente para dar compañía a su propietario, poseedor o tenedor que los mantiene generalmente en su hogar” (Ecuador L. d., 2013). En el presente proyecto se denomina mascotas a los perros y gatos.

En la actualidad existen leyes ecuatorianas que amparan los derechos de las mascotas, creando un sentido de conciencia y responsabilidad en la sociedad.

La ley y la sociedad consideran a las mascotas miembros del hogar. Gracias a la ley orgánica de bienestar animal del Ecuador aumentó el control del bienestar íntegro de las mascotas y como resultado incrementó el cuidado de los animales en la sociedad de nuestro país. (LOBA, 2013)

Como consecuencia, la conciencia colectiva de las personas es mejorar el cuidado de las mascotas, esto permite la estimulación del crecimiento de la demanda para ofrecerles una mejor atención.

Los servicios para mascotas en nuestro país no está totalmente abarcada y potencializada. El mercado no se ha explotado y existe una gran tendencia en la

atención de las mascotas, esto da como resultado una gran oportunidad para que los perros y gatos sean atendidos de manera íntegra.

La industria animal en el Ecuador está en desarrollo, por lo tanto existen diferentes motivos para preocuparse de manera integral en las mascotas.

Un factor clave es el control estético y la preocupación que existe actualmente hacia las mascotas, según la ley orgánica de bienestar animal del Ecuador, la humanidad ha destacado lo importante que es brindar amor a las mascotas, como parte del bienestar social.

Existen estudios científicos que demuestran que los animales, al igual que nosotros son seres sensibles, dotados de inteligencia e importantes capacidades que necesitan cuidados integrales. (LOBA, 2013).

El problema radica en que no todas las personas cuentan con tiempo disponible para el cuidado de las mascotas. Este proyecto presenta una idea innovadora sobre un modelo de negocio exitoso.

### **3 PROBLEMA A RESOLVER**

El presente proyecto propone un modelo de negocio que consiste en llevar una unidad móvil de cuidados integrales, estéticos y salud al hogar del propietario de la mascota, para optimizar tiempo, brindar comodidad y confianza.

La problemática a resolver en el presente proyecto es satisfacer la demanda que existe actualmente en el mercado de Samborondón, debido a la falta de tiempo en la atención a las mascotas.

Existe una gran parte de personas que actualmente no disponen de tiempo necesario por diferentes factores, siendo ideal la propuesta del plan de negocio.



Actualmente existen personas que se encuentran realizando diversas actividades, y como consecuencia se les complica trasladarse hasta una tienda de mascota. El proyecto brinda la comodidad de ofrecer el servicio en la puerta del hogar del cliente.

Un factor importante del negocio es brindar confianza al cliente por que tiene la oportunidad de observar a su mascota mientras es atendido, de esta manera se crea seguridad y fidelización para su mascota.

#### **4 OBJETIVO GENERAL**

El proyecto enfoca los recursos y su parte operativa, en la puesta en marcha de un modelo de negocio diferenciador e innovador.

El objetivo general del plan de negocio es:

- ✓ Determinar la viabilidad de una unidad móvil para cuidados integrales, estéticos y salud en perros y gatos al mercado de Samborondón.

#### **5 RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios propone la puesta en marcha de una unidad móvil a la puerta del hogar del cliente. La idea principal del negocio es brindar servicios de calidad en el cuidado integro, estético y salud de los perros y gatos.

El sector que recorre la unidad móvil, para brindar los servicios es la vía Samborondón, ubicado en la provincia del Guayas. Constituido por la empresa PZ Solution S.A. denominada; *Perrugatería*.

La actual oportunidad de mercado prestará servicios especialmente de estética e higiene en peluquería para perros con una variedad de cortes y estilos. Baños medicados, baños hipoalergenicos, servicio de hospedaje y servicio veterinario.

Perrugatería, determina sus objetivos específicos, en tres puntos claves:

El primer objetivo es el análisis de la oferta y demanda potencial del servicio de la unidad móvil para mascotas en la vía Samborondón, desde La Puntilla hasta Villa Club. Se realizaron encuestas para medir la aceptación de Perrugatería, con resultados positivos del 95% para usar los servicios de la unidad móvil de mascotas, dentro del mercado de Samborondón.

La alta aceptación de demanda, se debe a que es un modelo innovador. El factor clave a favor es que aún no existe un modelo de negocio parecido en el sector de Samborondón, ni en la ciudad de Guayaquil.

Perrugatería determinó un mercado objetivo, dirigido a todas las personas que viven con perros o gatos en sus hogares. Como ciudadelas privadas, desde “La Puntilla” hasta “Villa Club”.

El segundo objetivo es el desarrollo de una estructura operativa que permita el desarrollo del servicio. Perrugatería considera un canal de distribución de venta directa mediante los exteriores de la unidad móvil, que servirá para distribuir la publicidad de sus servicios y su estrategia comercial.

Adicionalmente se considera un centro de llamadas para la entrega del servicio, para contactar a los clientes y programar las visitas con tiempos sincronizados. El sistema sincronizado le permite al cliente comodidad y optimización de su tiempo.

El tercer objetivo es evaluar la rentabilidad del servicio móvil con una proyección a 5 años. El proyecto tiene indicadores financieros óptimos que se realizaron con un flujo de caja proyectado a 5 años, con una TIR del 54,86%, un VAN de \$70.823,15USD Dólares y un PAYBACK de 2,47 años. Estos indicadores financieros se realizaron bajo un flujo de caja proyectado a 5 años.

## **6 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

Perrugatería, presenta un modelo de negocio innovador para brindar soluciones de optimización de tiempo, brindar seguridad y confianza desde la comodidad del hogar del cliente y las mascotas.

### **6.1 MISIÓN**

“Ser una empresa líder encargada de fomentar el bienestar íntegro de la mascota, con servicios de calidad en cuidados estéticos y de salud, optimizando el tiempo y seguridad desde la comodidad del hogar del cliente”

### **6.2 VISIÓN**

“Ser una empresa que se dedica a la creación de redes en el servicio íntegro de la salud, el cuidado estético e higiene de la mascota a nivel nacional”

## **7 METAS**

Las metas de Perrugatería en su primer año serán las siguientes:

1. Realizar una publicidad masiva los primeros 6 meses mediante radio y TV.
2. Atender mínimo a 100 mascotas al mes para llegar al punto de equilibrio.
3. Aumentar la rentabilidad duplicando las ventas a un 50% el primer año.

## 8 VIABILIDAD LEGAL

### 8.1 PERMISOS

Perrugatería se dedica en brindar servicios integrales, de estética y salud móvil, por lo tanto necesita una dirección de domicilio como base para iniciar el negocio.

1. La suscripción de la empresa será en la ciudad de Guayaquil, según la disposición de la Superintendencia de Compañías, para la creación de la Constitución de la empresa, se debe realizar los siguientes pasos:
  - ✓ **Paso 1:** Obtener la clave del usuario vía online por medio del portal de tramites en línea, ingresando a <http://www.supercias.gob.ec>
  - ✓ **Paso 2:** Seleccionar la opción Portal de Tramites en Línea para obtener la reserva de dominación colocando la clave.
  - ✓ **Paso 3:** Seleccionar el botón Constitución e ingresar los datos de la dirección.
  - ✓ **Paso 4:** Seleccionar la actividad económica, en este caso se selecciona el nivel 6 con código S9609.5, (Actividades de servicios para animales domésticos, como las residencias y peluquerías para animales, paseo y adiestramiento de animales)
  - ✓ **Paso 5:** Seleccionar el tipo de compañía, es este proyecto será anónima.
  - ✓ **Paso 6:** Presionar verificar, reservar la aprobación del acuerdo de responsabilidad.
  - ✓ **Paso 7:** Notarizar la minuta de las escrituras.
  - ✓ **Paso 8:** Realizar el registro de la propiedad en el Municipio.
  - ✓ **Paso 9:** Presentar un Balance General al final del año y pagar una contribución anual.

2.- En la CTE, Comisión de tránsito del Ecuador, por motivos de circulación con publicidad en el exterior de la unidad móvil.

- ✓ Según el INEN, se debe tener los asientos con cinturones de seguridad, piso antideslizante, y tener los implementos básicos para circular ya que el camión tiene 4 llantas y se maneja con una licencia sportman, entre estos el tanque de oxígeno, gata, triangulo y botiquín.

Esto hace que el negocio de Perrugatería sea viable en la parte legal para la puesta en marcha del negocio

## **8.2 REGISTRO DE LA MARCA**

Según el IEPI para realizar el registro de la marca de Perrugatería en el Ecuador de debe realizar un trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas que tiene un costo de \$ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.: (IEPI, 2014)

1. Depositar a la cuenta del Instituto Ecuatoriano de la propiedad Intelectual.
2. Ingresar a [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec) y hacer click en la opción servicio de línea, registra su usuario y seleccionar formularios.
3. Descargar el formulario de registro de signos distintivos, llenarla en la computadora, imprimirla y firmarla.
4. En la solicitud indicar el No. de comprobante del depósito realizado.
5. Adjuntar a la solicitud original más 3 copias a B/N y 2 copias de la papeleta.
6. Por ser persona jurídica se presenta una copia notariada del representante general de la organización.

7. Adjuntar 6 imágenes a color (6 artes) cada uno debe medir 5 cm de ancho x 5 cm de largo, y deben ser impresos en papel adhesivo.
8. Entregar los documentos en la oficina del IEPI más cercana.

### 8.3 MARCO SOCIETARIO.

Perrugatería decidió la creación de la empresa con un marco societario, bajo una figura de sociedad anónima, según la Ley de Compañías en la sección VI, De La Compañía Anónima dice que:

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.” (Compañías, 2013)

- ✓ **Socios:** Se necesita por lo menos 2 socios accionistas, la misma puede seguir funcionando con un accionista si uno compra la acción al otro. (Compañías, 2013)
- ✓ **Constitución:** La constitución será bajo escritura pública, previa autorización de la Superintendencia de Compañías, registrada en el registro mercantil, como consecuencia la compañía será figura de una persona jurídica. (Compañías, 2013)
- ✓ **Responsabilidad:** Cada socio accionista depende de su monto de acciones. (Compañías, 2013)
- ✓ **Capital:** El capital de los accionistas no tiene límite, según la Superintendencia de compañías el mínimo para crear una compañía de sociedad anónima es de \$800 dólares americanos, la compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones. (Compañías, 2013)
- ✓ **Percepción de utilidades:** Cada accionista por ley tiene derecho a recibir sus utilidades y esta será siempre en proporción a su número de acciones en la compañía. (Compañías, 2013)

#### **8.4 INCENTIVOS TRIBUTARIOS.**

El Ministerio de Finanzas del Ecuador, establece a través de la política fiscal, la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables. (finanzas, 2015)

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en la actualidad ayudan a los cuidados de los animales.

Según la ley orgánica de bienestar animal, en el punto 2 (LOBA, 2013) crearán incentivos para las personas que:

- ✓ Denuncien casos de maltrato animal
- ✓ Auxilien animales y den bienestar (Cuidados integrales)
- ✓ Esterilicen a sus perros o gatos.
- ✓ Adopten animales de instituciones protectoras.

Para Perrugatería es importante la salud y estética de las macotas por este motivo al momento de ofrecer los servicios se brindara a los clientes bienestar para sus mascotas, y así cumplir con el punto 2 de la ley.

#### **8.5 NORMAS AMBIENTALES.**

En Ecuador el ente gubernamental encargado de las normas sanitarias y ambientales es Agro calidad, el cuál regula la salud y cuidado de los animales. (Agrocalidad, 2013)

Según la nueva ley orgánica a favor del bienestar de los animales en el Ecuador define que los responsables del cuidado de cada mascota, tienen la obligación de brindarles atención médica regular, control de reproducción y ofrecer espacios adecuados para su bienestar y cuidados de manera integral. (LOBA, 2013)

## **9 ANÁLISIS DE MERCADO.**

Se define la investigación de mercados como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa" (Philip, 2013)

Perrugatería presenta un diseño de competencia monopolística, debido a que en el sector de Samborondón existen algunas tiendas de mascota, pero no se ofrece un servicio móvil similar, esto favorece el punto diferenciador del proyecto que es la modalidad del servicio que nadie más tiene en el sector.

Se cuenta con un socio estratégico que es veterinario, para promover la confianza de los clientes y mejorar el cuidado integral de la mascota y así competir en el mercado.

El Ecuador cuenta con una gran acogida en el cuidado estético y salud de las mascotas en especial de los perros y gatos. El servicio es muy comercializado a nivel nacional, como la ciudad de Guayaquil o la vía Samborondón.

### **9.1 MERCADO OBJETIVO.**

En la provincia de Guayas existen muchos lugares con alto crecimiento poblacional y con una tendencia alta del uso de servicios de cuidado integro, estético y salud en mascotas, aún con una población mayor al cantón de Samborondón que es el mercado objetivo del proyecto.

Perrugatería se enfoca en el sector de Samborondón por formar el tercer lugar de economía más alto en la provincia del Guayas con un estatus social medio alto y alto, según datos del último Censo de población y vivienda. (INEC, 2015)



En Samborondón existe un aumento de población con una alta tasa de crecimiento, según refleja la tabla No. 1 en el año 1990 con 33.56% y crece en el año 2010 al 48.63%

**Tabla 1.- Crecimiento de población en Samborondón.**

<b>AÑO</b>	<b>1962</b>	<b>1974</b>	<b>1982</b>	<b>1990</b>	<b>2001</b>	<b>2010</b>
Samborondón	4,899	22,302	25,43	33,965	45,476	67,59
Tasa Inter Censal		12,6	1,6	3,6	2,7	4,4
Tasa de crecimiento		35,52%	14,03%	33,56%	33,89%	48,63%

Fuente: INEC – Censo Población y Vivienda  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

En este proyecto se estima un crecimiento en el mercado de mascotas, por su tendencia de crecimiento poblacional, ya que no hay datos sobre cuántas mascotas existe en la zona o el promedio de mascotas en el país, debido a que la industria no ha sido explotada en el Ecuador. Únicamente se considera que el número familias del cantón de Samborondón ha aumentado.

## **9.2 ANÁLISIS POLÍTICO, ECONÓMICO, SOCIAL, TECNOLÓGICO Y AMBIENTAL (PESTAL).**

El Pestal es un concepto de los principios de marketing, que se utiliza como una herramienta para realizar un análisis de la situación actual del sector político, económico, social y tecnológico. (Marketing, 2014)

Perrugatería considero organizar y priorizar todos los indicadores y factores de cada sector:

**Tabla 2.- Análisis PESTAL**

Politico	Económico
<p>1.- Plan del Gobierno: El gobierno nacional del Ecuador ha creado las normas y leyes que protegen de manera integral a las mascotas en el país. La ley organica de bienestar animal (LOBA), fue aprobada el 30 de Octubre del 2014, para garantizar el buen vivir de los animales en su cuidado integral y crear conciencia de responsabilidad a la sociedad.</p>	<p>1.- La industria animal en el Ecuador, a evolucionado con nuevas actividades economicas al servicio de las mascotas, como veterinarias, servicios de belleza. (CNNExpansion, 2013)</p>
<p>2.- Actualmente la prefectura del Guayas forma parte de la protección de animales del Ecuador PAE, para darle un cuidado especial a la mascota. (Ecuador P. A., 2011)</p>	<p>2.- En el Ecuador existe un grado de confianza empresarial en el giro del negocio de mascotas, el crecimiento del rubro de mascotas muestra una alta tendencia .</p>
<p>3.- La Inflación mensual a Febrero del 2015 se presenta al 0,61% (BCE 2015)</p>	<p>3.- Lenta recuperación económica prevista por las salvaguardias del 45% en productos de importación.</p>
<p>4.- La Inflación anual a Febrero del 2015/2014 se presenta al 4,05% (BCE 2015)</p>	<p>4.- Tasa de desempleo por impacto de las salvaguardias es mayor. La tasa de desempleo al 31 de Diciembre del 2014 fue de 4,54% (BCE 2015)</p>
<p>5.- El riesgo país (EMBI Ecuador), como índice de bonos de mercados emergentes, se la expresa como un margen de rentabilidad implícita en los bonos el tesoro con un valor de \$569,00</p>	<p>5.- Tasa de interés activa en marzo del 2015 es de 7,31% (BCE</p>
<p>6.- La continuidad actual del Presidente</p>	<p>6.- Tasa de interés pasiva en marzo del 2015 es de 5,31% (BCE 2015)</p>
	<p>7.- El barril del petróleo (WTI) es de 44,66USD (BCE 18-03-2015)</p>

Fuente: BCE

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Tabla 3.- Análisis PESTAL**

Social	Tecnológico
<p>1.- En el Programa Macroeconómico del Gobierno, la política fiscal constituye un instrumento para el cambio de modelo para la consolidación de un sistema económico social y solidario, que garantice la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (finanzas, 2015)</p>	<p>1.- La conectividad móvil en Samborondón es fija y móvil. 2.- El porcentaje de cobertura de telefonía convencional en el cantón en el sector urbano que si dispone es de 68,03% y no dispone el 31,97%. Mientas que en el sector Rural el 6,47% si dispone y el 93,53% no dispone (Samborondon P. C., 2014)</p>
<p>2.- La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales, y económicas responsables. (finanzas, 2015)</p>	<p>Fija: CNT, con una cobertura a La Puntilla, La Aurora, Ciudad Celeste, Villa Club, Plaza Madeira, La Joya. SETEL (Tv Cable), cubre a 3600 usuarios en la Puntilla y a 400 usuarios en otras vía de Samborondon Telmex (Claro), cubre a a casi toda la parroquia de la puntilla.(Samborondon P. C., 2014)</p>
<p>3.- La Constitución de la República establece, que el Presupuesto General del Estado es el instrumento para la determinación y gestión de los ingresos y egresos, con excepción de los pertenecientes a la Seguridad Social, la Banca y Empresas Públicas y los Gobiernos Autónomos Descentralizados. . (finanzas, 2015)</p>	<p>Móvil: Alegro (CNT), tiene servicio CDMA, GSM y 3,5G, tiene antenas ubicadas en al Cortijo y en Samborondón. Conecel (Claro), Tiene un total de 17 antenas en: Entre Ríos, Parque histórico, Puntilla, Rivevario, C.c. Village, UEES, Pinova, Conaiba, Riverpark, EMEDOS, Golf, El Batán, Ciudad Celeste, Montetabor, Cerro Sta. Ana, Sambocity, Sambosue. Otecel (Movistar), tiene 10 antenas, en Micropuntilla, C.C: Río Plaza, Bosques de Castilla, Castelago, Buijo, Cerro Sta. Ana, Tornero, Manglero. (Samborondon P. C., 2014)</p>
<p>4.- El presupuesto destinado para la parte social disminuyo con relación al año pasadi en un 10%</p>	<p>La transmisión de datos de internet de l sector de samborondon aumentó al (Samborondon P. C., 2014) Las redes soiciaes y la importancia de las herramientas digitales es indispensable en el desarrollo de estrategias.</p>
<p>5.- En la salud se demuestra los beneficios que causa una mascota en los niños, por influir en el desarrollo emocional cognitivo y social.</p>	
<p>6.- El desarrollo de plazas de trabajos en el país, gracias a la tendencia en el ámbito de la industria de las mascotas.</p>	

Fuente: Ministerio de Finanzas – Pan Cantonal  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Tabla 4.- Análisis PESTAL**

## **Ambiental**

1.- El marco jurídico del Estado ecuatoriano establece, en el reglamento nacional de tenencias de perros, en el capítulo IX del artículo 32 en el ítem 17 sobre el manejo responsable que “incluye la tenencia responsable y se define como la implementación de normas sanitarias tendientes a conservar la salud de perros, así como de la población en general, como la prevención de riesgos (transmisión de enfermedades o daños físicos a terceros) que estos puedan generar a la comunidad y/o al medio ambiente, siempre bajo el marco jurídico de la legislación vigente” (Ecuador P. A., 2011)

2.- El Código penal y el Código Civil del capítulo 2 sobre la Prohibición de tenencia de animales domésticos o domesticados en bienes declarados en propiedad horizontal, que “Ni la Ley de Propiedad Horizontal ni su Reglamento prohíben la tenencia de animales domésticos o domesticados en bienes declarados en propiedad horizontal, sin embargo existen reglamentos internos que hacen mención a esa prohibición, estos reglamentos internos son de carácter privado y en ningún momento pueden contradecir a la Ley y peor aún a la Constitución Política del Ecuador” (Civil, 2012)  
Al respecto es menester señalar lo siguiente: “El Código Civil considera a los animales domésticos, sean éstos perros, gatos, etc., como bienes muebles, y la forma de adquirir su dominio es la ocupación”. (Civil, 2012)

3.- El Ministerio del Medio Ambiente creó una calculadora para medir la huella ecológica del Ecuador: Nacional, del sector público y ector productivo. La huella Institucional y personal del medio ambiente ecuatoriano. La capacidad de satisfacer las necesidades de la humanidad depende de los bienes y servicios que la naturaleza puede proveer. Ecuador incrementó en 8% del 2008 al 2009 la huella ecológica. La huella ecológica per c+apita de un ecuatoriano promedio fue de 1,62 hag en el 2009, este valor es 1,6 veces menor que el promedio mundial (2,70 hag)

Fuente: Ministerio de Finanzas – Pan Cantonal  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### 9.3 ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA) .

En este proyecto se utilizó FODA como una herramienta que se sirve para analizar las fuerzas, oportunidades, debilidades, y amenazas de Perrugatería. (Véase tabla 5)

**Tabla 5.- Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Buen ambiente laboral</li><li>-Experiencia del negocio</li><li>-Recurso humano motivado</li><li>-Modelo de negocio innovador -</li><li>Cualidades del servicio de alto nivel</li><li>-Personal calificado con conocimiento</li></ul>	<b>DEBILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Mala administración financiera</li><li>-Falta de coordinación e inconvenientes con el personal.</li><li>-Pérdidas de maquinarias o herramientas de trabajo.</li><li>-No cumplir con los horarios por contratiempos inesperados.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-No existe competencia directa</li><li>-Falta atender la demanda</li><li>-Tendencias favorables de mercado</li><li>-Alto poder adquisitivo del mercado</li><li>-El cambio de la matriz productiva apoya a los nuevos emprendedores</li><li>-Pioneros en servicio de peluquería móvil para mascotas</li></ul>	<b>AMENAZAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>-Robo o pérdida total de la unidad</li><li>-Riesgo que la unidad se dañe por fenómenos naturales</li><li>-Competencia indirecta agresiva</li><li>-Cambios de legislación</li></ul>

Fuente: Análisis de Perrugatería  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### 9.4 ANÁLISIS DE LAS 4P'S.

El plan de negocios analiza los factores claves para el éxito comercial mediante las 4P'S., en este caso se presenta en la tabla 6, los puntos clave de Perrugatería:

**Tabla 6.- Análisis 4P'S**

<b>PRODUCTO:</b> Peluquería móvil para perros y gatos, que ofrece cuidados estéticos y de salud	<b>PROMOCIONES:</b> Paquetes promocionales por apertura.
<b>PLAZA:</b> El canal de distribución es de venta directa desde la unidad móvil hasta el hogar del cliente.	<b>PRECIO:</b> El precio varia de \$20,00 a \$45,00 en servicio estético. En salud dependerá del diagnóstico que indique el

Fuente: Análisis de Perrugatería  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

Cada punto de la tabla 6, se detalla a continuación, para su justificación.

#### **9.4.1 PRODUCTO.**

Tal como se muestra en la Imagen 1, Perrugatería brinda un servicio especializado dentro de una unidad móvil para perros y gatos que ofrece un servicio integral en cuidados estéticos y de salud de primera calidad.

**Imagen 1.- Imagen dinámica de la modalidad del servicio**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

- ✓ Perrugatería, brinda variedades de cortes y estilos para perros con baño medicado, hipoalergencias, corte de uñas, vaciamiento de glándulas, limpieza de oídos, limpieza de dientes. Servicio de hospedaje y veterinaria para perros y gatos desde el hogar.

- ✓ El slogan que caracteriza a Perrugatería es: “Aquí, allá y en cualquier lugar”
- ✓ El valor agregado en el servicio de peluquería es que cada mascota, tendrá su propio accesorio, un lazo en caso de hembras y un pañuelo en el caso de los machos, y crear fidelidad en los clientes.
- ✓ Los productos dentro del servicio serán de calidad: como el Shampoo, jabón, esencias y tratamientos para perros y gatos.
- ✓ El personal de Perrugatería es altamente calificado, ya que cuenta con experiencia y conocimientos de técnicas extranjeras (streaming, clipping), los mismos portarán su uniforme con el logo en la parte superior izquierda de la unidad movil de Perrugateria.

#### **9.4.2 PRECIO.**

La determinación de precios de Perrugatería dependerá de los tipos de servicio:

- ✓ En el precio del servicio de hospedaje dependerá de los días. Pueden ser días ordinarios entre lunes a viernes o sábados y domingos o feriados.
- ✓ Con respecto al servicio de veterinaria los costos dependerán del tipo del problema que tenga la mascota, los mismos que diagnosticará el veterinario. Por ejemplo la limpieza de dientes lo hace el veterinario.
- ✓ En el caso del servicio peluquería, en los cortes y estilos para perros y el baño medicado, o hipo-alergénicos, dependerá de la raza con relación al tipo de pelaje y los insumos que se utilizarán.

En la tabla No.7 se presentan algunos tipos de razas de perros a manera de ejemplo:

**Tabla No. 7 .- Análisis de razas de perros según el tipo de pelaje**

Imagen	Tipo de pelo	Raza	Servicio	Frecuencia	Insumos	Visitas
	Pelo corto	Bóxer	Baño	Pocos baños	Manoplas o cepillo natural	Cada 2 meses
		Dálmata	Limpieza de			
		Dogo Alemán	dientes			
		Basset Hund	orejas			
		Bulldog	Corte de uña			
		Mastín Napolitano	perianales			
	Pelo Largo	Yorkshire terrier	Baño	Baños frecuentes	Carda	Cada mes
		Shih - Tzu	Limpieza de			
		Maltés	dientes			
		Pekinés	orejas			
		Chow Chow	Corte de uña			
		Cocker	perianales			
	Pelo Semi - largo	Viejo Pastor inglés	Baño	Baños frecuentes	Carda	1 vez al mes
		Mastín Español	Limpieza de			
		Pastor Alemán	dientes			
		Golden Retriever	orejas			
		Beagle	Corte de uña			
	Pelaje duro	San Bernardo	perianales	Baños frecuentes	Stripping	Cada mes
		Schnauzer	Baño			
Westy		Limpieza de				
Teckel de pelo duro		dientes				
Fox Terrier de pelo duro		orejas				
		Corte de uña				
Pelaje Rizado		perianales	Baños frecuentes	Tijera	Cada 20 días	
	Perro de agua Español	Baño				
	French Poodle	Limpieza de				
		dientes				
		orejas				
		Corte de uña				

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos



En la tabla No 7 se muestran las razas caninas que se nombraron en la encuesta realizada. Cada perro tiene su tamaño con su respectivo peso y su tipo de pelaje, lo que ayudará a definir la frecuencia de su baño y las veces por mes que se recomienda realizar su baño para las próximas visitas. Con ésta información se puede definir el precio según su tamaño y raza.

**Tabla. 8.- Análisis de razas de gatos según el tipo de pelaje**

Imagen	Tipo de pelo	Raza	Servicio	Frecuencia	Insumos	Visitas
	Pelo Corto	Charteux	Baño con agua templada. Peinar diariamente a contrapelo.	Baño frecuente	Peine metálico	Cada 2 meses
		Manx				
		Europeo				
		Americano				
		Bobtail japonés				
		Fold Escoces				
		Siámes				
		Abisinio				
	Pelo Largo	Persa	Baño con agua templada. Peinar diariamente contrapelo.	Baño frecuente	Peine metálico	Cada 2 meses
		Angora				
		Van turco				
		Himalaya				

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

En la tabla No. 8 se muestran las razas felinas que se nombraron en la encuesta realizada. El gato tiene su tamaño con su respectivo peso y su tipo de pelaje, lo que ayudará a definir la frecuencia de su baño y las veces por mes que se recomienda realizar su baño con sus próximas visitas. De igual manera la información será tomada para determinar el precio según raza y tamaño del gato.

#### **9.4.3 PROMEDIO DE PRECIOS: MÍNIMOS Y MÁXIMOS.**

Perrugatería tiene la información de los precios de las mascotas, según el servicio que se obtuvo de la referencia de las tiendas del sector, adicionalmente se conocen los costos totales incluido los implementos que se usarán durante el servicio.

Según un análisis de los precios mínimos y máximos que fluctúan en la industria del sector de Samborondón mediante la investigación de campo realizada, se determinó lo siguiente:

**Tabla. 9.- Precios minios y máximos con precio promedio**

<b>Precios del Servicio de Peluquería Móvil</b>			
<b>Razas</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Promedio</b>
<b>Pequeñas</b>	\$ 15,00	\$ 25,00	\$ 20.00
<b>Medianas</b>	\$ 25,00	\$ 40,00	\$ 32.50
<b>Grandes</b>	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 42.50

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

En la tabla No 9 se establecen los precios mínimos y máximos que permite definir un precio promedio para el servicio de peluquería, pero el servicio dependerá del tipo de pelaje, tamaño y otros factores, por ejemplo si necesita un baño medicado, o si tiene muchos nudos o motas.

#### **9.4.4 SENSIBILIDAD DE PRECIOS.**

Perrugatería ofrecerá un servicio de primera calidad, por tal motivo se determina que se tendrá una tendencia de sensibilidad promedio referencial al precio, ya que nuestro mercado objetivo busca calidad y exclusividad.

#### **9.4.5 PLAZA.**

Nuestro canal de distribución será de venta directa desde la unidad móvil hasta el hogar del cliente por ser un servicio móvil como se muestra en la imagen No. 2:

**Imagen.. 2 - Unidad Móvil Moderna**



Fuente: Cotización Chevrolet año 2015  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### **9.4.6 PROMOCIÓN**

- ✓ Perrugatería realizará frecuentemente publicidad para informar al sector de Samborondón las promociones:
- ✓ Se aprovechara los espacios exteriores de la unidad móvil, para publicar la imagen de Perrugatería.
- ✓ Perrugatería cuenta con un catálogo que muestra los cortes y estilos de los perros con sus respectivos precios para los clientes.
- ✓ Publicidad por medio de flyers informando todos los servicios que tiene el negocio.

En la imagen No. .3 se presenta la primera publicidad por medio de flyers que realizó Perrugatería en el tercer mes de apertura.

Imagen. 3.- Flyers entregados el año 2013

**perrugateria & SPA**  
Peluquería y Veterinaria Móvil para Mascotas

*¡Aquí, allá y en cualquier lugar!*

**Te Brindamos Comodidad y Optimizamos tu Tiempo**

Contamos con servicio veterinario

Contáctenos  
**0939625118 - 0986409879**  
**042-822515**

f : Perrugateria & SPA    t : @perrugateria

**perrugateria & SPA**  
Peluquería y Veterinaria Móvil para Mascotas

PERUQUERIA MOVIL PARA MASCOTAS

- \*Variedades de Cortes y estilos
- \*Baño medicado
- \*Corte de uñas
- \*Vaciamiento de glándulas
- \*Limpieza de oídos
- \*Limpieza de dientes
- \*Alimentos y accesorios

**“No peles a tu mascota, dale un estilo”**  
Consulta con los expertos, Nosotros te Ayudaremos.

Fuente: Publicidad Perrugateria  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

Perrugatería implementará en su primer año las siguientes publicaciones:

1. Perrugatería utilizará la herramienta de Internet, para publicar los cortes y estilos de peluquería en redes sociales, como Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram, durante su tiempo operativo.
2. Se anunciara mensualmente vía telefónica todos las campañas nuevas a los clientes.
3. El primer año se realizará una estrategia de promoción.

#### **Imegen. 4. Promociones en Redes Sociales**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### **9.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

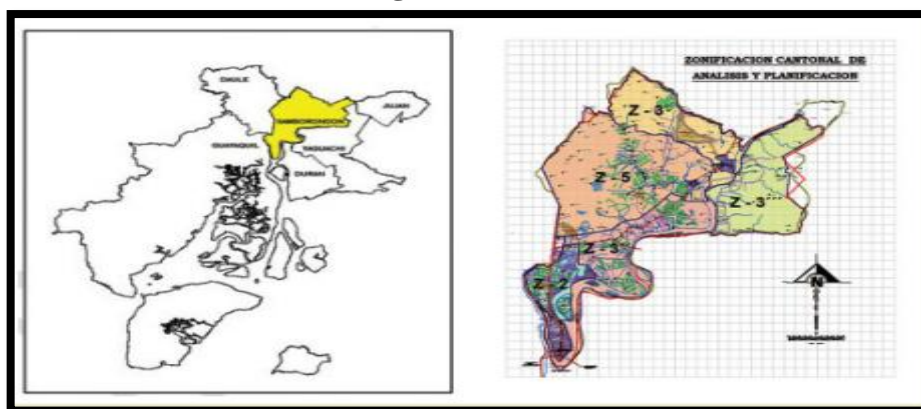
Este punto destaca el comportamiento del mercado del servicio de la unidad móvil, para mascotas en el sector de Samborondón y la manera en que el cliente interactúa con Perrugatería.

## 9.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

Las demandas del mercado o curvas de demanda se explican cómo provenientes del proceso de selección de los individuos más preferida de servicios y bienes de consumo. (Nordhaus, 2006)

Perrugateria ofrece sus servicios a la demanda del sector Samborondon, en la via Samborondon desde La Puntilla hasta Villa Club. A continuacion se estudia la situacion geografica del canton: (vease Gráfico 1)

**Gráfico. 1.- Situación Geográfica del Cantón Samborondón**



Fuente: Plan Cantonal de Samborondón  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico 2.- Vista satelital.**



Fuente: Google maps  
Elaborado por Autora: Zevallo

Limites Norte: Estero Paula León. Sur: Con afluencia de los ríos Daule y Babahoyo; Este: Recinto Bígama, Los Machos, Trapiche y el estero Los Capacho. Tiene una superficie de 252 kilómetros cuadrados y tiene la forma geométrica de un rectángulo. Su clima posee dos estaciones: una seca y otra lluviosa, las que duran unos seis meses cada una. Su temperatura es templada y oscila entre los 30 y 32 grados en temperatura invernal y de 22 a 25 grados en época de verano. (Samborondon M. d., 2012)

**Tabla. 10.- Distribución poblacional por zonas en Samborondón**

<b>Año</b>	<b>1990</b>	<b>%</b>	<b>2001</b>	<b>%</b>	<b>2006</b>	<b>2010</b>	<b>%</b>
Samborondón Urbano	9.248	27,20%	11.030	24,30%	11.941	12.834	19,00%
La Puntilla Urbano Salitre	4.578	13,50%	13.073	28,70%	20.580	29.803	44,10%
Samborondón Rural disperso	4.003	11,80%	3.774	8,30%	3.681	8.997	13,30%
Tarifa Rural amenazado	3.645	10,70%	5.626	12,40%	6.812	6.510	9,60%
Tarifa Rural disperso	12.491	36,80%	11.973	26,30%	11.735	9.446	14,00%
<b>Total</b>	<b>33.965</b>	<b>100%</b>	<b>45.476</b>	<b>100,00%</b>	<b>54.749</b>	<b>67.590</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC – Censo Poblacional y Vivienda

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

En la tabla No. 10 se presenta la distribución poblacional del cantón de Samborondón en la cual refleja que La Puntilla posee el 44% de la población total del cantón, mientras que la Cabecera del cantón cantonal tiene el 19%. En nuestro proyecto el crecimiento de la población es un punto a favor ya que existen más posibilidades de personas con mascotas. (Samborondón P. C., 2014)

**Tabla. 11.- Proyección de la población por zonas**

<b>Año</b>	<b>2010</b>	<b>2013</b>	<b>2015</b>	<b>2022</b>
Samborondón Urbano	12,83	43,499	13,962	15,711
La Puntilla - Urbano Salitre	29,80	38,809	46,278	85,691
Total Urbana	42,637	82,308	60,240	101,402
Samborondón Rural disperso	8,997	11,877	14,293	27,326
Tarifa - Rural amenazado	6,51	6,828	7,048	7,876
Tarifa - Rural disperso	9,446	9,11	8,893	8,172
Total Rural	24,953	27,815	30,234	43,374

Fuente: Plan cantonal de Samborondón

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

La tabla No. 11, presenta la proyección de la población del cantón, con un crecimiento en el año 2022 estimado de una población urbana de 101.402 habitantes, con un total de 144.776 de habitantes. (Samborondón P. C., 2014)

**Tabla. 12.- Densidad poblacional del Cantón**

	Habitantes	Km	Hectáreas	Hab/Km	Hab/Hec
Samorondón Urbano	12.834	1,67	1.67	7.685	77
La Puntilla	29.803	35,28	3.528	845	8
Samorondón Rural	8.997	241,58	21.458	42	0
Tarifa - Pueblo	6.510	0,41	41	15.878	159
Tarifa - Rural	9.446	137,11	13.711	69	1
Total del Cantón	67.590	389,1	38905	174	2

Fuente: INEC - Censo Población y Vivienda

Siendo un factor importante para el futuro del proyecto e implementar futuras metas.

La tabla No. 12 presenta la densidad poblacional del cantón, que refleja 174 habitantes por cada kilómetro cuadrado. La zona con mayor densidad es Tarifa con 159 habitantes por hectárea (INEC, 2015). Este punto permite tener una idea de cuántas personas se encuentran en las zonas y determinar una estrategia de ventas por sectorización.

## 9.7 VARIABLES DEMOGRÁFICAS:

**Tabla. 13.- Población con discapacidad**

¿Sufre de alguna discapacidad permanente?	Área Urbana	Área Rural	Cantonal
Si	4,00%	4,50%	4,20%
No	90,40%	86,90%	89,00%
No responde	5,50%	8,60%	8,60%
Total	99,90%	100,00%	100%

Fuente: INEC - Censo Población y Vivienda

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

La tabla No. 13 presenta la población con discapacidad, en la que a nivel cantonal se muestran discapacidades en la población del 4.2%, es decir que de cada 100 habitantes 4 sufren de una discapacidad (INEC, 2015).

El mayor problema de discapacidad es la físico motora con el 45%, en segundo lugar es la discapacidad visual con el 20% de población discapacitada en el



cantón. El 12% asiste a rehabilitación, el 30% realizan actividad laboral. El 60% de la población se ubica entre 45 y 80 años de edad.

**Tabla. 14.- Grado de urbanidad en Samborondón**

Año	2010	%
Urbana	42.637	63,10%
Rural	24.953	36,90%
Total	67.590	100,00%

Fuente: INEC - Censo Población y Vivienda  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

En la tabla No. 14 se presenta el grado de urbanidad a nivel de Samborondón, con el 63% de personas que viven en zonas urbanas, mientras que el 37% habitan en zonas rurales. El proyecto propone realizar visitas al pie de la casa de los clientes que habitan en zonas urbanas, es decir que se visitaran cerca de 42637 habitantes en este sector.

**Tabla. 15.- Promedio de personas por hogar en Samborondón**

Zona	Población	Hogares	Promedio %
Urbano	42.637	11.165	3,82%
Rural	24.953	6.617	3,77%
Total	67.590	17.782	3,80%

Fuente: INEC - Censo Población  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

La tabla No. 15, presenta el promedio de personas que habitan en un hogar, se refleja que existe un promedio de 4 personas por hogar aproximadamente. Por lo general las familias numerosas cuentan con una mascota para dar símbolo de estatus.

**Tabla. 16.- Nivel básicas insatisfechas (NBI) de Samborondón**

Ciudad	NBI %
Guayaquil	52,6
Durán	5,6
Coronel Marcelino Maridueña	55,4
Milagro	61,4
Samborondón	64,6
General Antonio Elizalde	67,2

Fuente: INEC - Censo Población 2010

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

La tabla No. 16 presenta porcentualmente la población en condiciones de pobreza con relación a las necesidades básicas insatisfechas. El 64% de población viven en condiciones de pobreza, de las cuales, el 74% de la Parroquia tarifa no cumple con las necesidades básicas insatisfechas y el 59% de la parroquia Samborondón tampoco.

**Tabla. 17.- Viviendas por zonas en Samborondón**

Año	1990	%	2001	%	2006	2010	%
Samborondon - Urbano	1.939	27,00%	2.607	23,00%	2.978	3.670	17,50%
La Puntilla - Urbano Salitre	1.049	14,60%	3.449	30,90%	5.760	9.923	47,40%
Samborondon - Rural disperso	880	12,00%	907	8,10%	921	2.759	13,20%
Tarifa - Rural amenazado	784	10,90%	1.419	12,70%	1.846	1.605	7,70%
Tarifa - Rural disperso	2.541	35,30%	2.778	24,90%	2.891	2.983	14,20%
Total	7.193	100%	11.160	100%	14.396	20.940	100%

Fuente: Censo Población y Vivienda 2010

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

La tabla No. 17 presenta la composición de vivienda del cantón, en el año 2010 el 47.4% de las vivienda estaban ubicadas en la puntilla, y a nivel cantonal se tiene 20.940 viviendas. Se proyecta que para el año 2022 se alcance 59.574 viviendas.

Esto sería un beneficio para el crecimiento del negocio ya que se estima que mientras más población exista, más probabilidades existen de tener una mascota por viviendas.

Esta información es clave para conocer si es viable poner en marcha la unidad móvil de Perrugatería en el mercado de Samborondón.

**9.7.1 ENCUESTAS.**

Se determinó el nivel de aceptación de la demanda, mediante una investigación de campo por medio de encuestas que fueron realizadas en algunas urbanizaciones privadas del sector de Samborondón, como:

La Puntilla, Vista al Sol, Estancias del Río, Río Guayas Club, Entre Ríos, Sambo City, Las Riberas, Ciudad Celeste – La Delfina, Rinconada del lago, La Castellana, Cataluña, Vista al Parque, El Río, Plaza Real, Fuentes del Río, Bosques de Castilla, Terra Sol, El Cortijo, y Villa Club, pese a que fue muy difícil llegar a todos los habitantes, se realizaron 690 encuestas.

**9.7.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

Se realizó 690 encuestas a personas del sector de Samborondón, durante 2 meses de investigación de campo, que representa casi el 1% de 67590 habitantes, que es la población total de Samborondón. Se tomó una población de 42637 habitantes que representa las zonas urbanas. Con un tamaño de muestra de 381.

Dónde: n= Tamaño de la muestra N= Población o Universo $Z^2$ = Nivel de confianza $E^2$ = Error P= Probabilidad de éxito Q= Probabilidad de fracaso	N= 42637 $Z^2$ = Para un nivel de confianza del 95%, el valor de Z corresponde a 1.96 $E^2$ = El error máximo permitido para un nivel de confianza del 95%, es 5% P= 50% Q= 50%																																										
<table border="1" style="border-collapse: collapse; width: 100%;"> <tr> <td style="width: 10%; text-align: center;">N</td> <td style="width: 15%; text-align: center;">42637</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Z</td> <td style="text-align: center;">1,96</td> <td style="text-align: center;">3,8416</td> <td style="text-align: center;">40948,5748</td> <td style="text-align: center;">381</td> <td colspan="3" style="text-align: right;">Tamaño de muestra</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">E</td> <td style="text-align: center;">0,05</td> <td style="text-align: center;">0,0025</td> <td style="text-align: center;">107,5504</td> <td colspan="4"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">P</td> <td style="text-align: center;">0,5</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Q</td> <td style="text-align: center;">0,5</td> <td colspan="6"></td> </tr> </table>	N	42637							Z	1,96	3,8416	40948,5748	381	Tamaño de muestra			E	0,05	0,0025	107,5504					P	0,5							Q	0,5							$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$		
N	42637																																										
Z	1,96	3,8416	40948,5748	381	Tamaño de muestra																																						
E	0,05	0,0025	107,5504																																								
P	0,5																																										
Q	0,5																																										

### 9.7.3 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

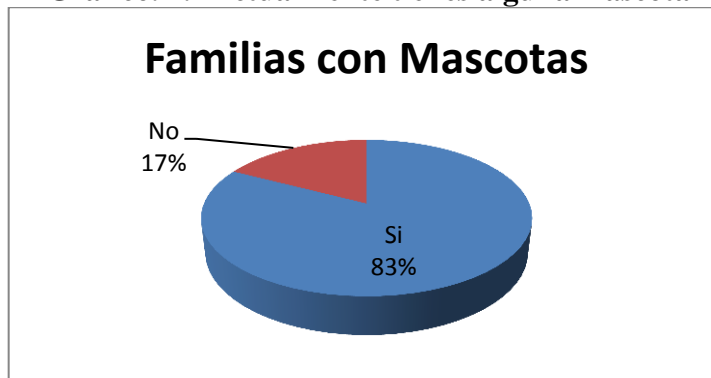
#### 1.- ¿Actualmente tienes alguna mascota?

**Tabla. 18.- Familias que tienen mascotas**

Opciones	Familias con Mascotas	%
Si	570	83%
No	120	17%
Total	690	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 4.- Actualmente tienes alguna mascota**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### **Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No. 18, de las 690 personas encuestadas, el 83% respondió que si tiene mascotas, mientras que el 17% comentó que no tiene. Esto quiere decir que 570 personas de la zona urbana del sector de Samborondón podrían ser clientes potenciales.

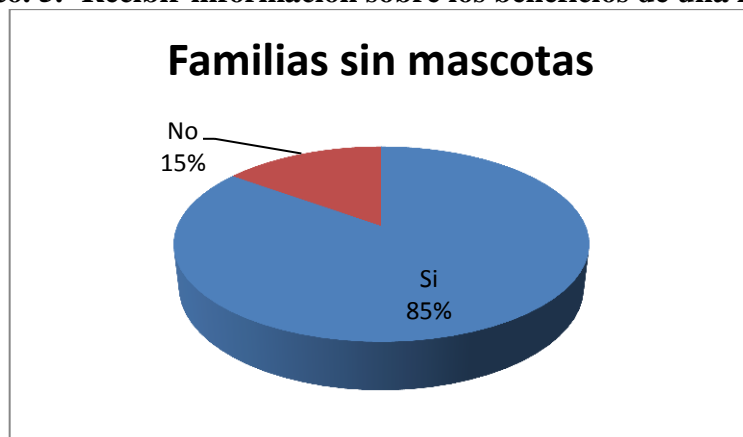
#### 2.- ¿Te gustaría recibir información sobre los beneficios que te pueda dar una mascota?

**Tabla No. 19.- Familias sin mascotas**

Respuesta	Familias sin mascotas	%
Si	102	85%
No	18	15%
Total	120	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 5.- Recibir información sobre los beneficios de una mascota**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No.19, de las 120 personas que no tienen mascotas, el 85% desea recibir información sobre los beneficios de las mascotas vía correo electrónico. Este punto es clave ya que se ofrecerán tips e información sobre el cuidado estético y salud que ofrece Perrugatería a 102 personas para que difundan nuestro negocio a sus amigos o familiares que si tengan mascotas.

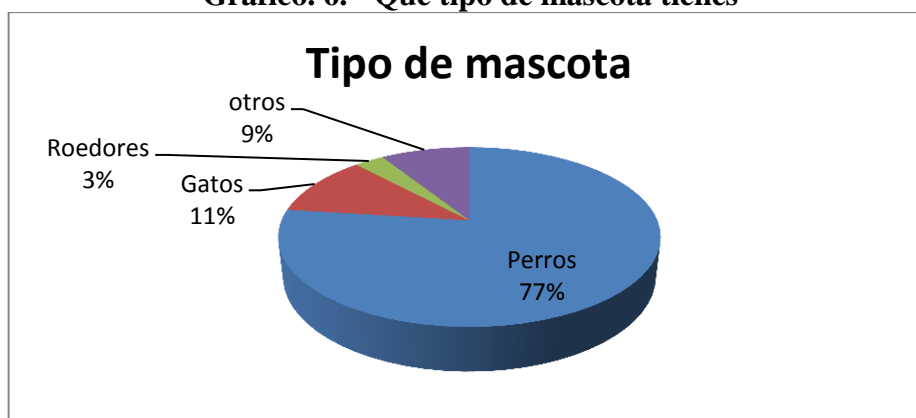
**3.- ¿Qué tipo de mascota tienes?**

**Tabla. 20.- Qué tipo de mascota tienes**

Opciones	Tipo de mascota	%
Perros	439	77%
Gatos	63	11%
Roedores	17	3%
otros	51	9%
Total	570	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 6.- Qué tipo de mascota tienes**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### **Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No. 20, de las 570 personas que tienen mascotas, contestó el 77% que tienen perros, con una cantidad de 439 personas. El 11% contestó que tienen gatos con 63 personas, lo que quiere decir que podrían utilizar nuestros servicios un total de 500 personas, si sumamos a los perros y gatos juntos. El 3% de personas tiene roedores, mientras que el 9% tienen otras mascotas, que según las encuestas son tortugas pequeñas de agua, pájaros australianos, peces y conejos.

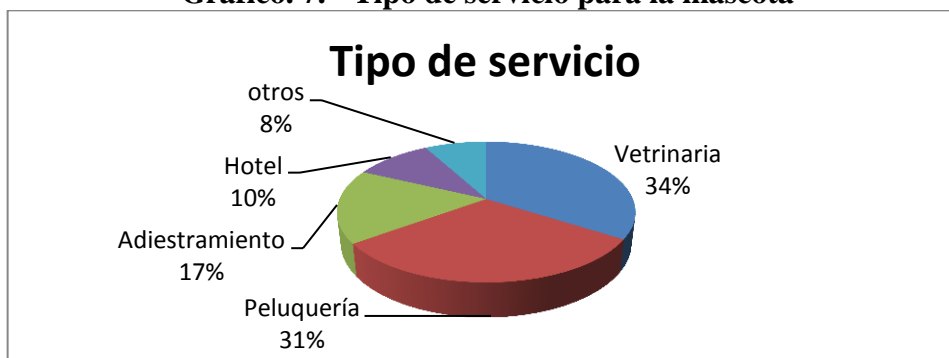
### **4.- ¿Qué servicio usa para el cuidado de su mascota?**

**Tabla. 21.- Tipo de servicio para la mascota.**

Tipo de servicio	Personas encuestadas	%
Veterinaria	170	34%
Peluquería	155	31%
Adiestramiento	85	17%
Hotel	50	10%
otros	40	8%
Total	500	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 7.- Tipo de servicio para la mascota**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No 21, de las 500 personas encuestadas, que utilizan diferentes tipos de servicios contestaron que el 34% de las mascotas son atendidas en veterinarias. El 31% utilizan servicios de peluquería, esto quiere decir que podría utilizar los servicios de Perruquería un total de 325 personas.

El 17% de las mascotas son atendidas por servicio de adiestramiento, el 10% son transportadas a servicio de hospedaje, mientras que el 8% son por otros servicios.

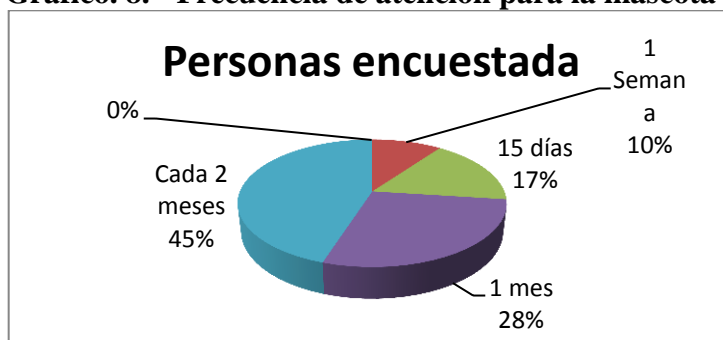
**5.- ¿Con qué frecuencia llevas a tu mascota a la peluquería o veterinaria?**

**Tabla. 22.- Tipo de servicio para la mascota.**

Frecuencia de atención	Personas encuestada	%
1 Semana	33	10%
15 días	55	17%
1 mes	91	28%
Cada 2 meses	146	45%
Total	325	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 8.- Frecuencia de atención para la mascota**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No 22, de las 325 personas encuestadas, el 45% de mascotas son atendidas cada 2 meses, es decir un total de 146 personas llevan a sus mascotas con baja frecuencia. El 28% de mascotas son atendidas cada mes. Mientras que el 17% cada 15 días. Así como el 10% son atendidas semanalmente con total de 33 personas que atienden a sus mascotas semanalmente.

**6.- ¿Cuál es la razón principal por la que usaría nuestros servicios?**

**Tabla. 23.- Razón de la atención a mascotas**

Razón principal de la atención a mascotas	Personas encuestadas	%
No encuentra un lugar indicado	49	15%
Por falta de tiempo	104	32%
Por economía	81	25%
Por malas experiencias	33	10%
Porque yo mismo, lo hago	59	18%
Total	325	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos



**Gráfico. 9.- Razón de la atención a mascotas**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### **Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No 23, de las 325 personas que utilizan servicios para el cuidado y salud de su mascota, el 32% de personas en el sector contestó que la razón principal por la que usarían los servicios de Perrugatería, sería por falta de tiempo con un total de 104 personas, esto es clave para el plan de negocio ya que se refleja la alta aceptación de preferencia del servicio, por el factor tiempo.

El 25% de personas contestó que preferirían usar el servicio por economía, ya que algunos moradores comentaron que se ahorrarían el viaje y salir de su casa les provoca en ocasiones realizar gastos innecesarios.

El 18% de las personas realizan personalmente el baño a sus mascotas dentro de sus casas. El 15% de las personas aseguran que no encuentran un lugar indicado para la atención de sus mascotas, mientras que el 10% de las personas ha tenido malas experiencias al momento que sus mascotas han sido atendidas por establecimientos dedicados al cuidado de las mascotas.

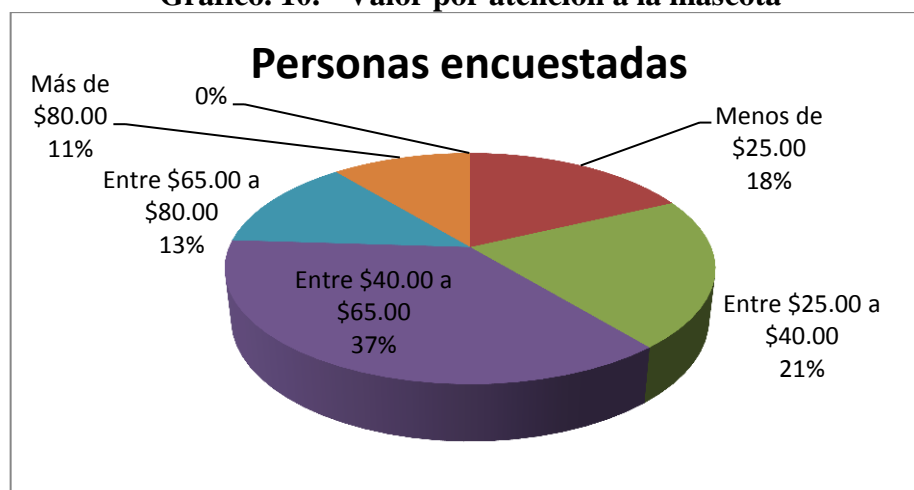
**7.- ¿Actualmente cuánto pagas por un servicio de peluquería, chequeo veterinario, servicio de hospedaje y accesorios para tu mascota?**

**Tabla. 24.- Valor por atención a la mascota**

Cuánto pagarías por la atención a mascotas	Personas encuestadas	%
Menos de \$25.00	59	18%
Entre \$25.00 a \$40.00	68	21%
Entre \$40.00 a \$65.00	120	37%
Entre \$65.00 a \$80.00	42	13%
Más de \$80.00	36	11%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 10.- Valor por atención a la mascota**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No 24, de las 325 personas que utilizan los servicios de cuidados estéticos y de salud, el 37% de personas estaría dispuestos a pagar entre \$40.00 a \$65.00 por un servicio que ofrece peluquería, chequeo veterinario, servicio de hospedaje y accesorios para las mascota esto quiere decir que Perrugatería podría estimar un valor positivo con relación a otras marcas.

El 21% de personas estaría dispuesto a pagar entre \$25.00 a \$40.00 en servicio para la mascota. El 18% de personas se estima que pagaría menos de \$25.00.

Mientras que el 13% estaría dispuesto a pagar entre \$65.00 a \$80.00 por un servicio integral a su mascota. Se refleja un 11% de personas que pagarían más de \$80.00 por obtener un servicio especializado y personalizado.

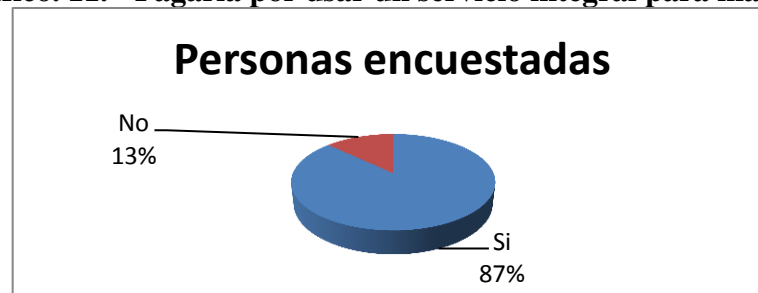
**8.- ¿Pagaría por un servicio integral para tu mascota a domicilio, que incluya: estética, cuidado veterinario, servicio de hospedaje y venta de accesorios?**

**Tabla. 25.- Pagaría por usar un servicio integral para mascotas**

Respuestas	Personas encuestadas	%
Si	283	87%
No	43	13%
Total	325	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 11.- Pagaría por usar un servicio integral para mascotas**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No 25, de las 325 personas encuestadas el 87% contestó que sí estarían dispuestas a pagar por obtener un servicio completo para su mascota con servicios que incluya; estética, cuidado veterinario, servicio de hospedaje y venta de accesorios.

Mientras que el 13% de personas contestó que no estarían dispuestos a pagar por el servicio, con un total de 43 personas que no estarían interesados.

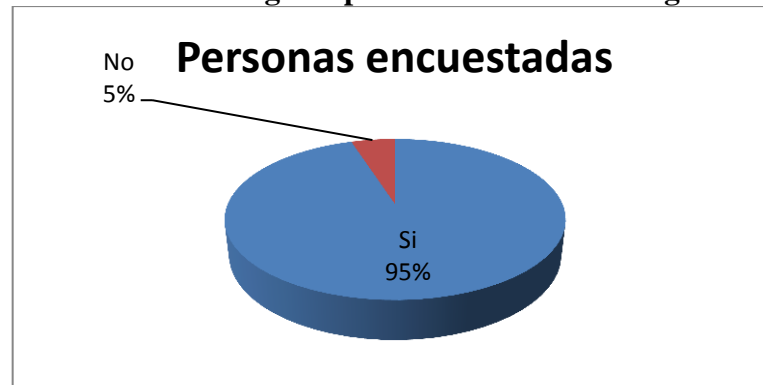
**9.- Te gusta la idea de recibir al pie de tu casa el servicio de una peluquería móvil, para una atención personalizada a tu mascota:**

**Tabla. 26.- Pagaría por usar Perrugatería**

Respuestas	Personas encuestadas	%
Si	309	95%
No	16	5%
Total	325	100%

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Gráfico. 12.- Pagaría por el servicio de Perrugatería**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### **Conclusión:**

Tal como se muestra en la tabla No 26, de las 325 personas encuestadas el 95% les gustó la idea de recibir al pie de su casa el servicio de peluquería móvil para dar a sus mascotas una atención personalizada, esto quiere decir que la investigación realizada según cifras de apenas el 3% de la población de la zona urbana de Samborondón acepta usar los servicios de Perrugatería.

### **9.7.4 CONCLUSIÓN GLOBAL DE LA ENCUESTA.**

En esta investigación de mercado se puede observar como la demanda del servicio para mascotas móvil ha tenido aceptación, y gracias a la tendencia del uso de los servicios para mascotas ha crecido, esperando se siga avanzando ya que según las proyecciones del crecimiento de población en Samborondón aumentarán y por consiguiente existiría más probabilidad de crecer en el negocio.

## 9.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Se observa en las calles más comerciales del cantón de Samborondón diferentes negocios con actividades que se dedican al servicio de las mascotas, como los perros y gatos. Existen peluquerías para mascotas, adiestramiento, venta de juguetes, accesorios, servicios de guardería, hoteles, clínicas y hasta mortuorios.

Para tener una idea clara, de la cantidad de personas que se dedican a estas actividades se investigó por medio del servicio de rentas internas SRI la clasificación de actividades económicas en el Ecuador.

**Tabla. 27.- CIU - SRI**

No	Código CIU	CLASIFICACION AMPLIADA DE ACTIVIDADES ECONOMICAS (CIU)
A	012	Cría de animales domésticos.
A	0122	Cría de otros animales domésticos; elaboración de productos animales NCP (Cría de otros animales)
A	0122.19	Cría de otras especies de animales semis-domésticos en cautividad.
A	013	Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales domésticos (explotación mixta).
A	0130	Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales domésticos (explotación mixta).
A	0130.0	Cultivo de productos agrícolas y cría de animales domésticos en unidades de actividad mixta con un porcentaje de especialización inferior al 66% en cada una de las actividades.
A	0130.00	Cultivo de productos agrícolas y cría de animales domésticos en unidades de actividad mixta con un porcentaje de especialización inferior al 66% en cada una de las actividades.
D	1533.00	Producción de piensos compuestos de varios ingredientes tratados especialmente como alimento para perros, gatos, aves u otros animales domésticos.
G	5121.1	Venta al por mayor de animales vivos y sus productos.
G	5139.24	Venta al por mayor de productos veterinarios.

G	5239.93	Venta al por menor de flores, plantas, semillas, abonos y animales domésticos.
N	8520.00	Actividades de atención médica quirúrgica u odontológica de animales, realizados por instituciones distintas a los hospitales; establecimientos agropecuarios, perreras, consultorios y salas de cirugía privados o en otros lugares
N	8520.01	Actividades de hospitales veterinarios en los que se interna a los animales para tratamiento médico, quirúrgico u odontológico, supervisados directamente por veterinarios.
N	8520.09	Otras actividades veterinarias: clínico-patológicas y de diagnóstico de animales, de los asistentes de veterinaria u otro personal veterinario auxiliar, y las que requieren el uso de ambulancia

Fuente: SRI - Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIU  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

En este punto se solicitó únicamente las actividades económicas que se dedican a la atención de animales para obtener una idea de la oferta en el sector. (Véase tabla No. 27)

## 9.9 COMPETIDORES:

En el presente proyecto se realizaron entrevistas a ciertas tiendas de mascotas de Samborondón para medir la competencia en el mercado, no se dio mayor información. En la Tabla No. 28, se evidencia un promedio mensual de servicio en las mascotas con el precio del servicio de manera de ejemplo:

**Tabla. 28.- Precios de la competencia indirecta en Samborondón**

Nombre Comercial					
Ubicación	Village Plaza Samborondón	Plaza Volare Av. León Febres Cordero	Pet Home Samborondón	Piazza Villa Club Vía Samborondón	Unidad Móvil Vía Samborondón
Actividad del negocio	Actividades para servicios de mascotas	Actividades para servicios de mascotas	Actividades para servicios de mascotas	Actividades para servicios de mascotas	Actividades para servicios de mascotas
Servicio de peluquería	<b>Baños:</b> Hipoalergénicos: \$22.40 Medicado: \$30.80 Serv. a domicilio: No tienen	<b>Baños:</b> Hipoalergénicos: \$14.00 Medicado: \$18.00 Serv. a domicilio: \$8.00	<b>Baños:</b> Hipoalergénicos: \$15.68 Medicado: \$20.00 Serv. a domicilio: \$8.00	<b>Baños:</b> Hipoalergénicos: \$15.00 Medicado: \$20.00 Serv. a domicilio: No tienen	<b>Baños:</b> Hipoalergénicos: <b>\$17.00</b> Medicado: <b>\$21.00</b> Servicio a domicilio: <b>Diferenciador</b>
Servicio de veterinaria	Depende del diagnóstico	Depende del diagnóstico	Depende del diagnóstico	Depende del diagnóstico	Depende del diagnóstico
Servicio de Hospedaje	Lunes a Viernes: \$12.32 Sábado: \$19.04 Domingo: \$24.64	Lunes a Viernes: \$15.00 Sábado: \$15.00 Domingo: \$15.00	Lunes a Viernes: \$15.00 Sábado: \$15.00 Domingo: \$15.00	Lunes a Viernes: \$15.00 Sábado: \$15.00 Domingo: \$15.00	Lunes a Viernes: <b>\$15.00</b> Sábado: <b>\$15.00</b> Domingo: <b>\$15.00</b>
Horario de atención	10:00 am – 20:00pm	10:00 am – 18:00pm	09:30 – 15:30pm	10:00am – 17:00pm	09:00 – 20:00pm

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

Nota:

En los precios de la competencia no incluye el valor de recarga del servicio a domicilio. En nuestros servicios ya incluyen IVA y servicio a domicilio.

Según la tabla No. 28 una de las principales tiendas de mascotas que se encuentran en las partes más comerciales del sector de Samborondón, en la que se refleja la descripción del negocio, con actividades y servicios de peluquería, veterinaria, hospedajes, servicios de alimentos, servicios de transportes y venta de accesorios. Esto demuestra que Perrugatería puede competir en precios.

#### **9.10 PROVEEDORES.**

**Tabla.29.- Proveedores principales**

Proveedor	Productos	Ciudad
Andis	Maquinaria	Guayaquil
Otros	Insumos	Guayaquil
Publigráf	Publicidad	Guayaquil

Fuente: Proveedores

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

Los proveedores principales de Perrugatería tendrán un trato especial, ya que son la fuente principal para poner en marcha el negocio. La marca Andis se ha convertido en una línea de peluquería y veterinaria de confianza. El mantenimiento de la unidad móvil es importante por la publicidad que lleva en su exterior. (Véase tabla 29)

#### **9.11 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN.**

Perrugatería va a formar una estrategia de servicio, al ofrecer mano de obra operativa eficiente con una producción de calidad en el mercado..

#### **9.12 ACCIONES DE PROMOCIÓN.**

La acción de promoción que garantiza el éxito de incrementó en la cantidad de mascotas de la cartera de clientes es:

- ✓ El cliente que utilice el servicio de peluquería, se le obsequiará un día de hospedaje gratis a la mascota.

Perrugatería promociona los estilos y cortes de la mascota para incentivar al cliente en su próxima visita:



- ✓ De la cartilla de ingreso de la mascota, se tomara la direccion electronica del cliente y se enviara un mail, , para enviarle una foto del antes y el después de la mascota, como se muestra en la imagen 5.

**Imagen. 5. Promociones en Redes Sociales**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### 9.13 CANAL DE DISTRIBUCION.

El negocio se basa en realizar ventas directa del servicio. Se caracteriza por la optima organización entre Perrugateria y el cliente.

Perrugatería tendrá un centro de llamadas, para contactar a los clientes vía telefónica. La forma de ventas del servicio será ccordinada y bajo una sincronización de tiempo con el cliente. Consiste en:

1. **Levantamiento de base de datos:** Después de haber entregado el volante o publicidad se toman todos los datos del cliente.
2. **Contacto:** Se llama al cliente para concretar una cita.
3. **Agendar:** Se programa el día y la hora para la visita.

Perrugatería no busca una simple venta, sino un cliente satisfecho. “Entregar una volante vendida, creando un cliente y no una volante entregada y olvidar un cliente”

La sincronización de tiempo es rápida y óptima. Consiste en distribuir el servicio por medio de un centro de llamadas.

1. Realizar una llamada a los números del levantamiento de base de datos, que se realizó por medio de flyers, volantes, redes sociales e invitaciones de difusión.
2. Una vez hecha la llamada se procede a coordinar una cita tentativa, la empresa regresa la llamada al cliente para confirmar la hora, fecha y sector que se le indicó en el día solicitado.
3. Se procede a indicarle al cliente las tarifas según el tamaño y raza de la mascota.
4. Al Finalizar se separa la cita de atención y se indican los servicios adicionales, los combos vigentes incluidos IVA y las promociones.

Para mayor comodidad del cliente se las dividió en 2 partes, antes de la venta del servicio y después de la venta del servicio, con el fin de brindar seguimiento.

#### ***9.13.1 PRE-VENTA:***

- ✓ **Receptar las llamadas:** En el sistema se levantará una base de datos de las llamadas entrantes de futuros clientes que deseen utilizar el servicio.
- ✓ **Llamar a clientes:** Después de realizar la publicidad y el levantamiento de base de datos se contactará a los clientes.
- ✓ **Campañas:** Dar a conocer las promociones vigentes de Perrugatería vía telefónica por medio de campañas semanales.
- ✓ **Disponibilidad:** Dar a conocer los horarios y fechas disponibles para el servicio.
- ✓ **Programación de citas:** Se contacta al cliente con una semana de anticipación para informar que tiene que realizar su próxima visita.
- ✓ **Agendar:** Las citas se agendan en el sistema con la fecha convenida por el cliente.

### **9.13.2 POST-VENTA:**

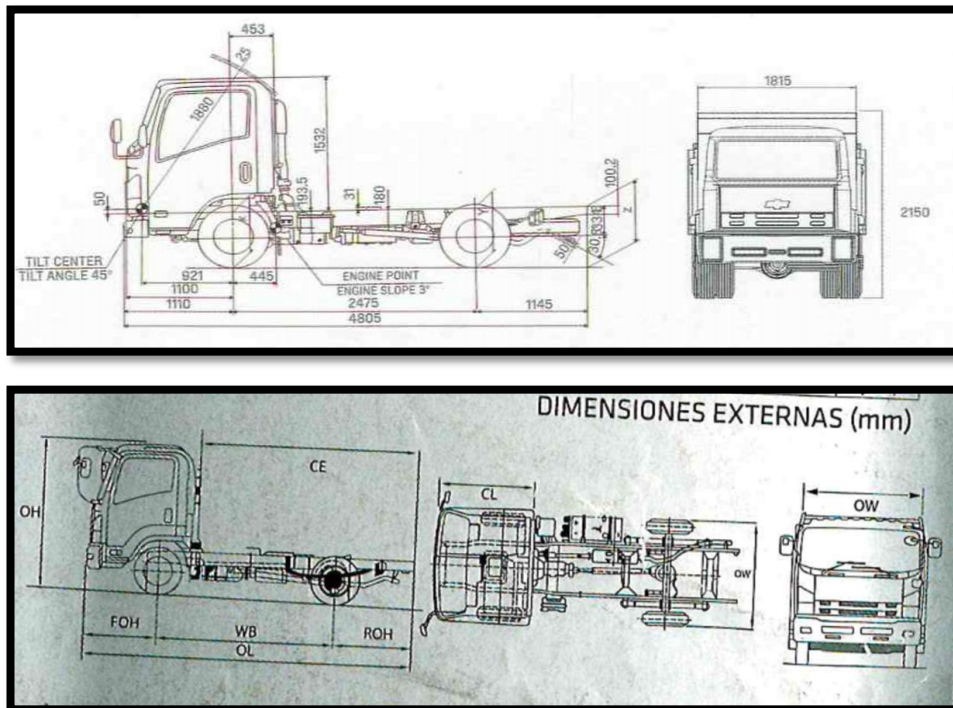
- ✓ **Informar:** Se notifica los nombres completos del personal que realizará la visita para una mayor seguridad hacia el cliente al momento de visitarlo.
- ✓ **Encuesta de satisfacción:** Se medirá la calidad de atención operacional para identificar debilidades o amenazas, con el fin de realizar un seguimiento al cliente y demostrar el interés de lo importante que es el cliente para Perrugatería.

## 10 ANÁLISIS OPERATIVO

### 10.1 LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.

Perrugatería se encuentre ubicado dentro de su unidad móvil, marca Chevrolet, con una dimensión de espacio en carga, de largo de 4.805 (largo útil 3.120) metros y un espacio de ancho de 1.815 metros. Por consecuencia el espacio es grande y cómodo para el servicio que se ofrece a la mascota. (Véase imagen 6)

**Imagen 6.- Localización del negocio.**



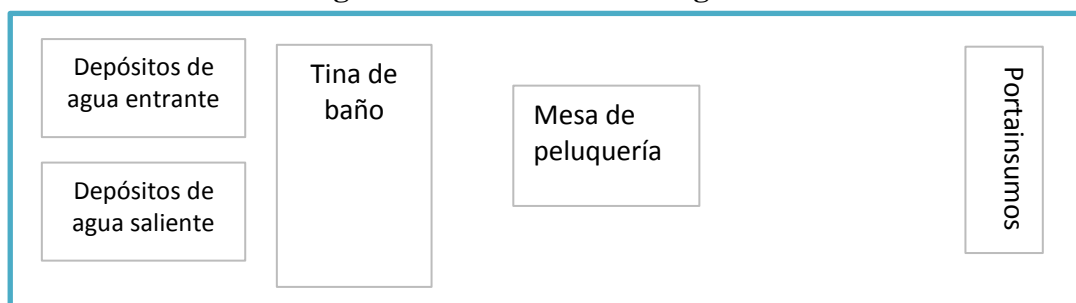
Fuente: Ficha técnica Chevrolet

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### 10.1.1 DISEÑO DE LA UNIDAD.

Tal como se muestra en la imagen No. 7, Perrugatería cuenta con un espacio interior del vehículo muy cómodo:

**Imagen 7.- Localización del negocio.**



## 10.2 MÉTODO DE PRODUCCIÓN.

Perrugatería comienza sus funciones con un pequeño local desde la cual se organizará el trabajo operativo y administrativo.

El proyecto necesita para comenzar: un vehículo, equipos, materiales y muebles de peluquería y equipos de oficina y computación.

Tal como se muestra en la tabla No. 30, el proyecto considera un plan de atención de 224 mascotas mensuales durante el primer año, el segundo año se atenderá 469 mascotas, el tercer año 649 mascotas, el cuarto año 829 mascotas y el quinto año 1009 mascotas mensuales. Se espera un crecimiento durante las actividades del negocio en los siguientes años.

**Tabla 30.- Producción al mes**

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Promedio Mascotas atendidas al Mes	224	469	649	829	1.009

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### 10.3 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

Perrugatería, cuenta con una unidad móvil, en la que:

- ✓ En su primer año trabajaran 2 personas en la parte operativa, un estilista y un chofer. En el noveno mes se tendrá un segundo estilista.
- ✓ En el segundo año se tiene previsto aumentar las ventas mensuales por lo tanto, se contratará en el noveno mes a un tercer estilista.
- ✓ Igualmente en el tercer año, se contratará a un cuarto estilista.
- ✓ El cuarto y quinto año se mantienen la capacidad de producción por mascotas.

En el local se maneja la administración:

- ✓ En el primer año estará a cargo la administradora. Con un servicio profesional a un contador.
- ✓ En el segundo año se contará al asistente de la parte financiera.
- ✓ En el tercer año se contrata a un ejecutivo de ventas
- ✓ En el cuarto y quinto año se mantiene.

En la tabla No. 31 se presenta una estimación de la cantidad de mascotas que serán atendidas con relación al personal que cuenta Perrugatería durante el primer mes.

**Tabla 31.- Capacidad instalada operativa al 5to año**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA) QUINTO AÑO</b>	<b>No. de personal</b>
Estilista canino	4
Chofer	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

**Tabla 32.- Capacidad instalada administrativa al 5to año**

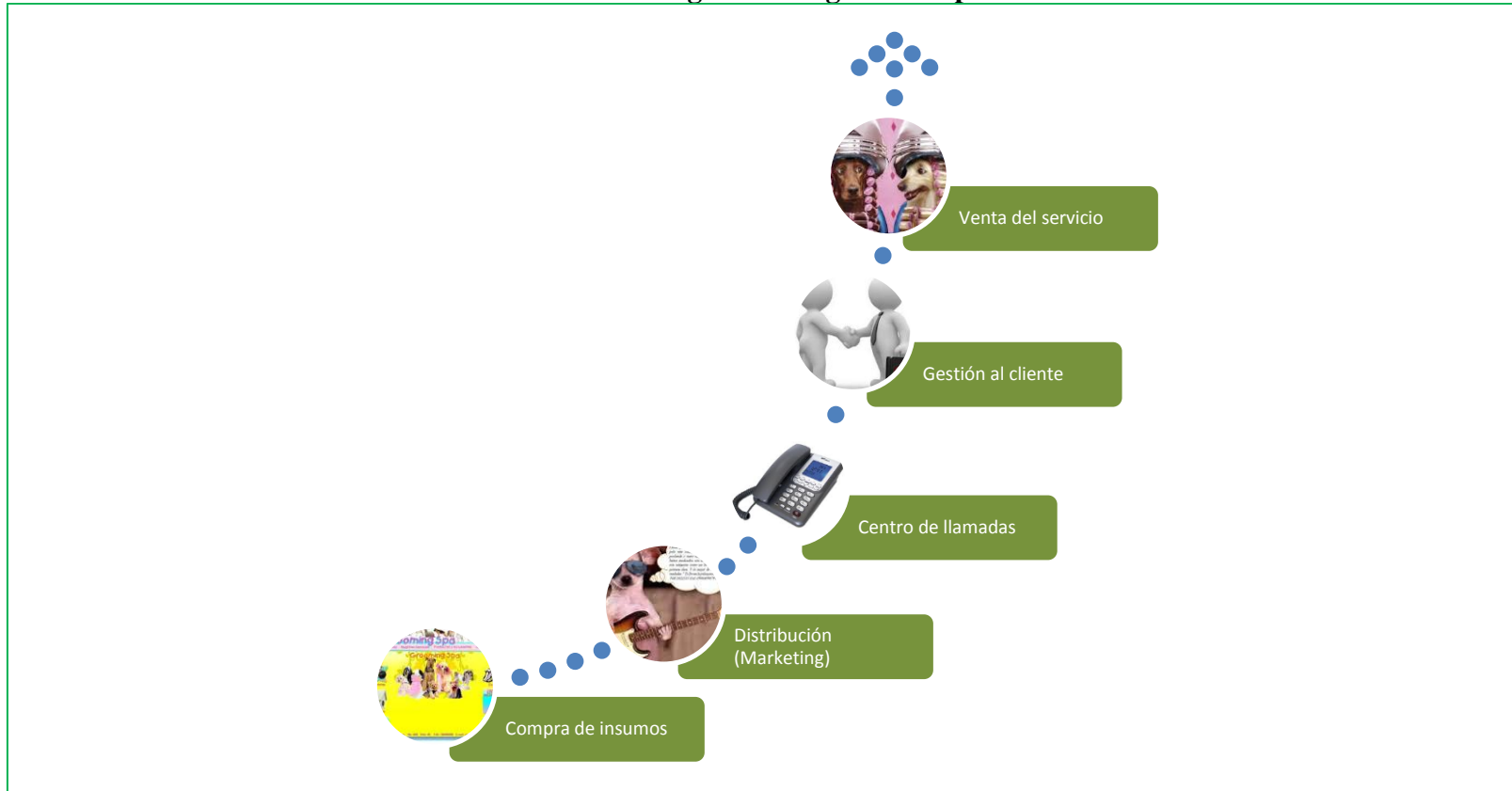
<b>ADMINISTRACIÓN (FIJA) QUINTO AÑO</b>	<b>No. de personal</b>
Administradores	3
Contador	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### **10.4 CADENA DE ABASTECIMIENTO DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS, (OTIDA).**

Perrugatería presenta su negocio con el siguiente diagrama de flujo de procesos, tal como se muestra en la imagen No. 7, a continuación:

**Imagen 7.- Diagrama de procesos**



**Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos**



#### **10.4.1 DISEÑO DEL SERVICIO.**

El servicio que ofrece Perrugatería es integral para perros y gatos, la misma se detalla a continuación :

##### **1.- Baño Hipoalergénico:**

- ✓ Este baño será sólo para razas con pelo corto.

##### **2.- Baño medicado:**

- ✓ Este baño será sólo para raza con pelo corto que necesiten un baño anitgarrapata.

##### **3.- Peluquería (Incluye baño hipoalergénico o baño medicado):**

- ✓ Variedades de cortes y estilo
- ✓ Corte de uñas
- ✓ Vaciamiento de glándulas
- ✓ Limpieza de oídos

##### **4.- Servicio de veterinaria:**

- ✓ Limpieza de dientes
- ✓ Vacunación y desparasitación
- ✓ Atención de emergencias veterinarias
- ✓ Atención médica para felinos
- ✓ Fumigaciones
- ✓ Tratamiento anti garrapata

##### **5.- Servicio de hospedaje:**

- ✓ El hospedaje en Perrugatería es todos los días, incluido feriados.

**Imagen 8.- Cortes y estilos de Perrugatería**

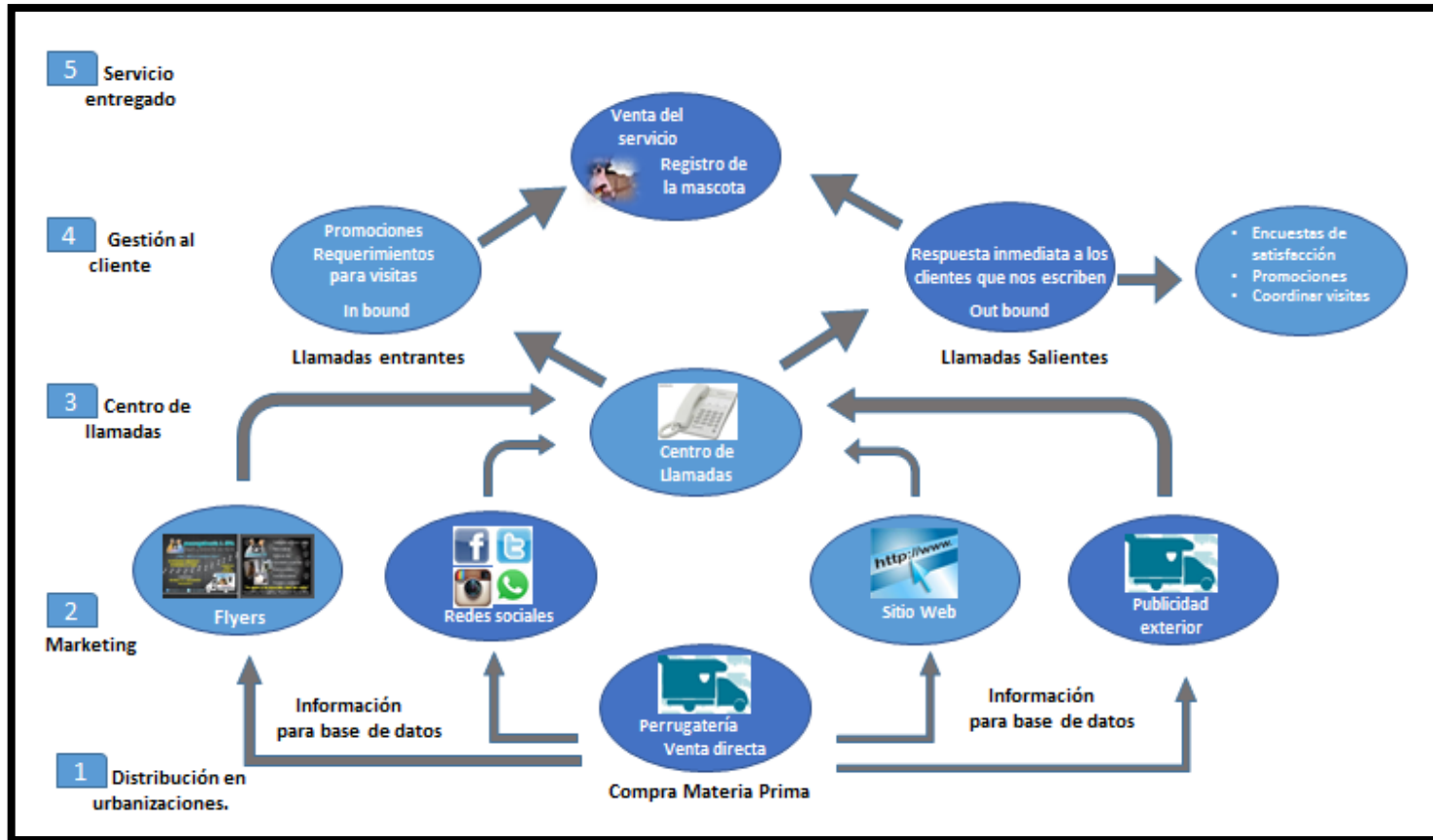


Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### ***10.4.2 DIAGRAMA DE PROCESOS.***

Perrugatería se basa en el servicio de peluquería especializada y veterinaria, el proceso se analizó con un orden de actividades, que se basa en la entrega del servicio al cliente. Se recalca que Perrugatería comprará la materia prima al proveedor, con un pago al contado, siendo responsable el administrador de los pagos.

Imagen 9.- Proceso del servicio



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

El proceso es el que se detalla a continuación:

1. **Distribución en urbanizaciones:** Levantamiento de base de datos por medio de publicidad.
2. **Marketing:** Publicidad exterior de la unidad móvil, flyers, sitio web, redes sociales, publicidad boca a boca.
3. **Centro de llamadas:** Llamada a los clientes
4. **Gestión al cliente:** Agendamiento de citas  
Coordinación de visitas (tiempo coordinado)
5. **Venta del Servicio:** Registro por visita, en este punto se procede a llenar la ficha de inscripción, en caso que sea cliente nuevo. (Véase tabla 32)

**Tabla. 32.- Ficha de inscripción**

FICHA DE INSCRIPCIÓN DE LA MASCOTA						
Fecha de Ingreso:	Año	Día	Mes	Ciudad		
<b>Datos del Propietario:</b>						
Nombres:						
Apellidos:						
Cédula:					RUC:	
Teléfonos:		Convencional:			Celular:	
Dirección						
E-mail:						
<b>Datos de la mascota:</b>						
Nombre de la mascota:						
Raza:						
Edad:	Sexo:	F	M	Color:		Peso:
Alergias:						
Nombre del veterinario:						
Lugar cotidiano dónde se atiende:						
<b>Sugerencias:</b>						
<b>Registro de Salud:</b>						
Desparasitación						
Vacunación						
Esterilización						

En el caso que sea un cliente fiel, el estilista entrega al cliente, el registro de la atención de la mascota, tal como se muestra en la tabla No. 33

**Tabla 33- Registro del cliente**

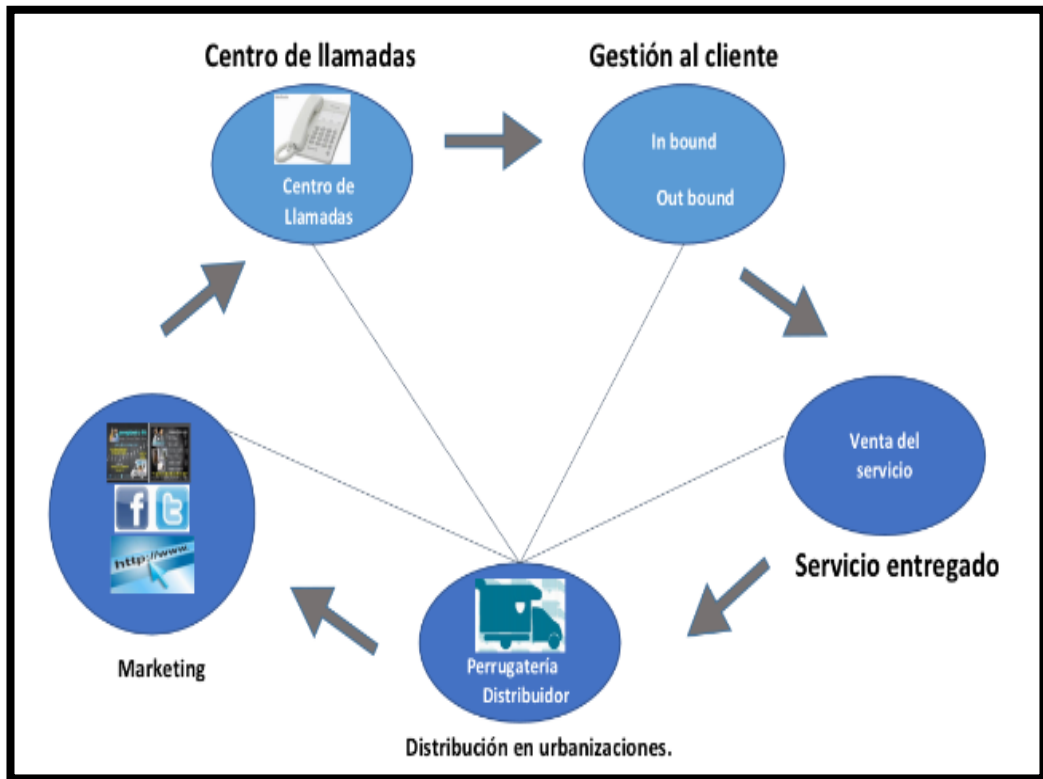
<b>REGISTRO DE ATENCIÓN DE LA MASCOTA</b>				
Servicios recibidos:	Peluquería	Veterinaria	Otros	
<b>Fecha de Atención de la visita:</b>				
Fecha de Ingreso:	Año	Día	Mes	Ciudad
Detalle del servicio recibido:				
<b>Atención en la próxima visita:</b>				
Fecha:	Año	Día	Mes	Ciudad
Observaciones para la próxima visita:				

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

#### **10.4.3 CICLO DEL NEGOCIO.**

El ciclo de Perrugatería se espera que sea ilimitado, para que a medida que va aumentando el capital se invierta en producción para aumentar las ventas, según refleja la imagen No. 10 Perrugatería utilizará un ciclo eficiente.

**Imagen 10.- Ciclo del negocio**



Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

### **10.5 INVERSIONES EN INSUMOS TECNOLÓGICAS.**

Los activos que necesita Perrugatería como inversión inicial para llevar el trabajo operativo y administrativo son:

- ✓ **Vehículo:** Prioridad principal para la atención de mascotas, publicidad exterior y movilización.
- ✓ **Equipos de Computación:** Necesario para agendar las citas con los clientes, para llevar el registro contable y administrativo. Realizar la publicidad vía online a través de redes sociales.
- ✓ **Equipos básicos de oficina:** Mesa, silla, teléfono, archivadores básicos para la oficina.
- ✓ **Equipos, muebles y materiales de peluquería:** Necesario para realizar la parte operativa de Perrugatería.

## 10.6 ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS.

Para el abastecimiento de la materia prima (materiales e insumos) de Perrugatería se analizó los siguientes puntos:

- ✓ **Localización del proveedor:** El proveedor de materiales e insumos se encuentra en la ciudad de Guayaquil.
- ✓ **Crédito:** El proveedor de materiales e insumos nos ofrece un crédito directo cómodo para el negocio.
- ✓ **Disponibilidad de insumos:** Por ser un negocio de servicio el proveedor no tiene problema en la compra de insumos para el servicio.

## 10.7 RECURSOS HUMANOS.

Perrugatería consideró contratar un personal con conocimiento de estilista para realizar sus funciones. Se contratará al personal según el incremento de ventas.

El primer año 2 personas están encargadas de la parte operativa y una persona encargada de la parte administrativa. Adicionalmente se cuenta con el veterinario que es socio el socio estratégico de Perrugatería, trabaja bajo citas. Las mismas se distribuyen de la siguiente manera:

- ✓ **Chofer:** Responsable de realizar peluquería y encargado de movilizar a su compañero estilista hasta el punto de encuentro con el cliente.
- ✓ **Estilista:** Funcionario de realizar la peluquería a las mascotas y promocionar la marca.
- ✓ **Administrador:** Responsable del buen funcionamiento de la empresa, en llevar el control de las citas programadas con el cliente y la publicidad de Perrugatería.
- ✓ **Veterinario:** El veterinario trabajará de forma independiente cuando lo necesite el cliente ya que es el socio estratégico del negocio. Perrugatería ganará un porcentaje del valor de facturación.



## 11 ANÁLISIS FINANCIERO.

Perrugateria, presenta la inversión inicial que necesita para comenzar el plan de negocio:

**Tabla 34- Inversión Inicial de Perrugatería**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>Valor Total</b>
ACTIVOS FIJOS	\$ 36.759,8
GASTO PREOPERACIONALES	\$ 4.860,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.742,88
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 44.362,6</b>

Elaborado por Autora: Ma. Elena Zevallos

Tal como se muestra en la tabla No. 34, Perrugatería necesita \$44.362.60 USD, para llevar a cabo su proyecto y cubrir los gastos pre-operacionales, los gastos administrativos operativos, tales como sus activos fijos y su capital de trabajo.

Para el desarrollo del presente proyecto la inversión total va a ser invertida según refleja la tabla No. 35, a continuación:

**Tabla 35- Inversión del proyecto de Perrugatería**

Inversión del proyecto	
Socios (2)	\$ 40.000,00
Préstamo CFN	\$ 4.362,64
Total	\$ 44.362,64

Se cancelará el valor de \$2136.98 a un plazo de 5 años con un interés del 15% anual a la CFN, según muestra la tabla No 36

**Tabla 36- Intereses**

<b>Años</b>	<b>Principal</b>	<b>Intereses</b>
1er.	\$ 725,96	\$ <b>701,43</b>
2do.	\$ 842,66	\$ <b>584,73</b>
3er.	\$ 978,13	\$ <b>449,27</b>
4to.	\$ 1.135,37	\$ <b>292,03</b>
5to.	\$ 1.317,88	\$ <b>109,52</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>\$ 2.136,98</b>

## 11.1 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS A 5 AÑOS

<b>(Unidad de Valor Agregado de Perrugateria)</b>						
<b>ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS</b>						

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 62.624,00	\$ 105.990,53	\$ 137.340,56	\$ 169.574,08	\$ 196.883,82
(-) Costo de Venta		\$ (27.989,94)	\$ (37.389,23)	\$ (46.045,62)	\$ (52.106,18)	\$ (54.475,27)
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 34.634,06</b>	<b>\$ 68.601,30</b>	<b>\$ 91.294,95</b>	<b>\$ 117.467,90</b>	<b>\$ 142.408,55</b>
(-) Gastos Administrativos		\$ (28.193,71)	\$ (30.497,35)	\$ (37.631,10)	\$ (38.665,81)	\$ (40.341,43)
(-) Gastos de Ventas		\$ (5.531,20)	\$ (7.949,25)	\$ (11.584,52)	\$ (14.423,34)	\$ (18.881,52)
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$ 909,15</b>	<b>\$ 30.154,71</b>	<b>\$ 42.079,32</b>	<b>\$ 64.378,76</b>	<b>\$ 83.185,60</b>
(-) Gastos Financieros		\$ (701,43)	\$ (584,73)	\$ (449,27)	\$ (292,03)	\$ (109,52)
<b>(=) UAIT</b>		<b>\$ 207,72</b>	<b>\$ 29.569,98</b>	<b>\$ 41.630,05</b>	<b>\$ 64.086,73</b>	<b>\$ 83.076,08</b>
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (31,16)	\$ (4.435,50)	\$ (6.244,51)	\$ (9.613,01)	\$ (12.461,41)
(-) Impuesto a la Renta	25%	\$ (44,14)	\$ (6.283,62)	\$ (8.846,39)	\$ (13.618,43)	\$ (17.653,67)
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 132,42</b>	<b>\$ 18.850,86</b>	<b>\$ 26.539,16</b>	<b>\$ 40.855,29</b>	<b>\$ 52.961,00</b>

## 11.2 FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS A 5 AÑOS.

<b>(Unidad de Valor Agregado de Perrugateria)</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (36.759,76)					
UAIT		\$ 207,72	\$ 29.569,98	\$ 41.630,05	\$ 64.086,73	\$ 83.076,08
Pago Participación Trabajador		\$ -	\$ (31,16)	\$ (4.435,50)	\$ (6.244,51)	\$ (9.613,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (44,14)	\$ (6.283,62)	\$ (8.846,39)	\$ (13.618,43)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ 207,72</b>	<b>\$ 29.494,68</b>	<b>\$ 30.910,94</b>	<b>\$ 48.995,83</b>	<b>\$ 59.844,64</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39
(+) Aporte Accionistas	\$ 40.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 5.000,00	\$ (725,96)	\$ (842,66)	\$ (978,13)	\$ (1.135,37)	\$ (1.317,88)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ 8.240,24</b>	<b>\$ 652,33</b>	<b>\$ 29.822,60</b>	<b>\$ 31.103,39</b>	<b>\$ 49.031,05</b>	<b>\$ 59.697,34</b>
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 8.240,24	\$ 8.892,58	\$ 38.715,17	\$ 69.818,57	\$ 118.849,62
<b>(=) FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 8.240,24</b>	<b>\$ 8.892,58</b>	<b>\$ 38.715,17</b>	<b>\$ 69.818,57</b>	<b>\$ 118.849,62</b>	<b>\$ 178.546,96</b>

### 11.3 ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>					
MOD (fija)	\$ 16.369,15	\$ 23.486,17	\$ 30.603,19	\$ 35.585,10	\$ 35.585,10
Deprec.	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19
Sueldos y Salarios / año	\$ 9.411,32	\$ 15.151,76	\$ 20.892,20	\$ 20.892,20	\$ 20.892,20
Serv. Básicos / año	\$ 1.800,00	\$ 1.872,90	\$ 1.948,75	\$ 2.027,68	\$ 2.109,80
Suministros al año	\$ 1.200,00	\$ 1.248,60	\$ 1.299,17	\$ 1.351,78	\$ 1.406,53
Internet y Celular	\$ 1.560,00	\$ 1.623,18	\$ 1.688,92	\$ 1.757,32	\$ 1.828,49
Permisos / año	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deprec. Área Adm. / año	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39
Mant. Vehículo / año	\$ 3.000,00	\$ 3.121,50	\$ 3.247,92	\$ 3.379,46	\$ 3.516,33
Gastos Pre-operacionales	\$ 4.860,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad anual	\$ 2.400,00	\$ 2.649,72	\$ 4.717,50	\$ 5.944,63	\$ 9.037,33
Gastos financieros	\$ 701,43	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	<b>\$ 42.472,48</b>	<b>\$ 50.324,41</b>	<b>\$ 65.568,22</b>	<b>\$ 72.108,76</b>	<b>\$ 75.546,36</b>

COSTOS VARIABLES

MD	\$ 2.770,21	\$ 4.694,04	\$ 5.860,44	\$ 6.551,01	\$ 8.516,31
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 1.200,00	\$ 1.248,60	\$ 1.299,17	\$ 1.351,78	\$ 1.406,53
Agua para limpieza de área de trabajo	\$ 600,00	\$ 624,30	\$ 649,58	\$ 675,89	\$ 703,27
Combustibles y Lubricantes	\$ 5.400,00	\$ 5.618,70	\$ 5.846,26	\$ 6.083,03	\$ 6.329,39
Mantenimiento Equipos	\$ 480,00	\$ 499,44	\$ 519,67	\$ 540,71	\$ 562,61
Transp. - Com. / año	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Comisiones anuales	\$ 3.131,20	\$ 5.299,53	\$ 6.867,03	\$ 8.478,70	\$ 9.844,19
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	<b>\$ 13.581,41</b>	<b>\$ 17.984,60</b>	<b>\$ 21.042,14</b>	<b>\$ 23.681,13</b>	<b>\$ 27.362,31</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO + VARIABLE</b>	<b>\$ 56.053,90</b>	<b>\$ 68.309,01</b>	<b>\$ 86.610,36</b>	<b>\$ 95.789,89</b>	<b>\$ 102.908,67</b>

11.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. CONSERVADOR

5,00%	Ventas
4,05%	Inflación

TIR	60,99%
VAN	\$ 83.469,79
Pay Back	2,21

<b>(Unidad de Valor Agregado de Perrugateria)</b>						
<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
INVERSIÓN TOTAL	\$ (44.362,64)					
VENTAS		\$ 65.755,20	\$ 111.290,06	\$ 144.207,59	\$ 178.052,78	\$ 206.728,01
(-) Costo de Venta		\$ (29.123,53)	\$ (38.903,49)	\$ (47.910,47)	\$ (54.216,48)	\$ (56.681,51)
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 36.631,67</b>	<b>\$ 72.386,57</b>	<b>\$ 96.297,13</b>	<b>\$ 123.836,31</b>	<b>\$ 150.046,49</b>
(-) Gastos Administrativos		\$ (28.193,71)	\$ (30.497,35)	\$ (37.631,10)	\$ (38.665,81)	\$ (40.341,43)
(-) Gastos de Ventas		\$ (5.531,20)	\$ (7.949,25)	\$ (11.584,52)	\$ (14.423,34)	\$ (18.881,52)
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$ 2.906,76</b>	<b>\$ 33.939,97</b>	<b>\$ 47.081,50</b>	<b>\$ 70.747,16</b>	<b>\$ 90.823,54</b>
(-) Gastos Financieros		\$ (701,43)	\$ (584,73)	\$ (449,27)	\$ (292,03)	\$ (109,52)
<b>(=) UAIT</b>		<b>\$ 2.205,32</b>	<b>\$ 33.355,24</b>	<b>\$ 46.632,24</b>	<b>\$ 70.455,13</b>	<b>\$ 90.714,02</b>
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (330,80)	\$ (5.003,29)	\$ (6.994,84)	\$ (10.568,27)
Pago de IR		\$ -	\$ (468,63)	\$ (7.087,99)	\$ (9.909,35)	\$ (14.971,72)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ 2.205,32</b>	<b>\$ 32.555,81</b>	<b>\$ 34.540,96</b>	<b>\$ 53.550,95</b>	<b>\$ 65.174,04</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.170,58	\$ 1.170,58	\$ 1.170,58	\$ 1.170,58	\$ 1.170,58
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 67.666,61
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 2.742,88
(+) Préstamo concedido		\$ (725,96)	\$ (842,66)	\$ (978,13)	\$ (1.135,37)	\$ (1.317,88)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (44.362,64)</b>	<b>\$ 3.458,14</b>	<b>\$ 33.691,92</b>	<b>\$ 35.541,61</b>	<b>\$ 54.394,36</b>	<b>\$ 136.244,42</b>

11.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. ESCENARIO OPTIMO

10,00%	Ventas
4,05%	Inflación

TIR	67,73%
VAN	\$ 97.442,74
Pay Back	2,00

**(Unidad de Valor Agregado de Perrugateria)**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (44.362,64)					
VENTAS		\$ 68.886,40	\$ 116.589,59	\$ 151.074,62	\$ 186.531,49	\$ 216.572,20
(-) Costo de Venta		\$ (29.123,53)	\$ (38.903,49)	\$ (47.910,47)	\$ (54.216,48)	\$ (56.681,51)
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 39.762,87</b>	<b>\$ 77.686,09</b>	<b>\$ 103.164,16</b>	<b>\$ 132.315,01</b>	<b>\$ 159.890,69</b>
(-) Gastos Administrativos		\$ (28.193,71)	\$ (30.497,35)	\$ (37.631,10)	\$ (38.665,81)	\$ (40.341,43)
(-) Gastos de Ventas		\$ (5.531,20)	\$ (7.949,25)	\$ (11.584,52)	\$ (14.423,34)	\$ (18.881,52)
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$ 6.037,96</b>	<b>\$ 39.239,50</b>	<b>\$ 53.948,53</b>	<b>\$ 79.225,87</b>	<b>\$ 100.667,73</b>
(-) Gastos Financieros		\$ (701,43)	\$ (584,73)	\$ (449,27)	\$ (292,03)	\$ (109,52)
<b>(=) UAIT</b>		<b>\$ 5.336,52</b>	<b>\$ 38.654,77</b>	<b>\$ 53.499,26</b>	<b>\$ 78.933,84</b>	<b>\$ 100.558,21</b>
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (800,48)	\$ (5.798,21)	\$ (8.024,89)	\$ (11.840,08)
Pago de IR		\$ -	\$ (1.134,01)	\$ (8.214,14)	\$ (11.368,59)	\$ (16.773,44)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ 5.336,52</b>	<b>\$ 36.720,28</b>	<b>\$ 39.486,91</b>	<b>\$ 59.540,35</b>	<b>\$ 71.944,70</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.170,58	\$ 1.170,58	\$ 1.170,58	\$ 1.170,58	\$ 1.170,58
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 67.666,61
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 2.742,88
(+) Préstamo concedido		\$ (725,96)	\$ (842,66)	\$ (978,13)	\$ (1.135,37)	\$ (1.317,88)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (44.362,64)</b>	<b>\$ 6.589,34</b>	<b>\$ 37.856,39</b>	<b>\$ 40.487,56</b>	<b>\$ 60.383,76</b>	<b>\$ 143.015,08</b>

**11.6 ANÁLISIS DE TASA INTERNA DE RETORNO, ÍNDICE DE RENTABILIDAD, VALOR ACTUAL NETO, RETORNO DE LA INVERSIÓN.**

<b>(Unidad de Valor Agregado de Perrugateria)</b>						
<b>CÁLCULO DE TIR Y VAN</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	\$ (44.362,64)					
UAIT		\$ 207,72	\$ 29.569,98	\$ 41.630,05	\$ 64.086,73	\$ 83.076,08
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (31,16)	\$ (4.435,50)	\$ (6.244,51)	\$ (9.613,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (44,14)	\$ (6.283,62)	\$ (8.846,39)	\$ (13.618,43)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ 207,72</b>	<b>\$ 29.494,68</b>	<b>\$ 30.910,94</b>	<b>\$ 48.995,83</b>	<b>\$ 59.844,64</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19	\$ 808,19
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39	\$ 362,39
(+) Valor Residual de Act. Tang.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 67.666,61
(+) Recuperación Cap. Trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.742,88
(+) Préstamo concedido	\$ -	\$ (725,96)	\$ (842,66)	\$ (978,13)	\$ (1.135,37)	\$ (1.317,88)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (44.362,64)</b>	<b>\$ 652,33</b>	<b>\$ 29.822,60</b>	<b>\$ 31.103,39</b>	<b>\$ 49.031,05</b>	<b>\$ 130.106,83</b>
<b>TIR</b>	<b>54,86%</b>					
<b>VAN</b>	<b>\$70.823,15</b>					
<b>Pay Back</b>	<b>2,47 años</b>					



INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	0,21%	17,79%	19,32%	24,09%	26,90%
ROA	0,16%	23,20%	24,15%	29,22%	28,22%
ROE	0,33%	31,96%	31,03%	32,33%	29,53%
ROI	0,33%	47,13%	66,35%	102,14%	132,40%

## 11.7 IMPACTO Y SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO.

Perrugatería analizó los siguientes puntos:

- ✓ **Plazas de empleo:** Perrugatería generará empleos directos en la industria de mascotas.
- ✓ **Valor agregado:** Perrugatería da a conocer la mano de obra ecuatoriana.
- ✓ **Impacto social:** Perrugatería incentiva el cuidado de las mascotas, brindando sus servicios de primera calidad.
- ✓ **Impacto ambiental:** Según la matriz productiva el país ecuatoriano está con cambios del buen vivir, con el servicio de Perrugatería se aporta en la disminución de la contaminación de emisión de carbono.
- ✓ **Innovación:** Perrugatería es una empresa diferenciadora.

## **12 CONCLUSIONES.**

En el presente plan de negocios se realizó un estudio para la viabilidad de una unidad móvil de servicio íntegro al servicio del mercado de Samborondón, en el que mediante un análisis de mercado se determinó una demanda constante para utilizar los servicios de Perrugatería.

Mediante un sistema operativo de coordinación de tiempo sincronizado se optimizan los costos, realizando una atención de primera calidad hacia los clientes del mercado meta.

El proyecto está enfocado en la visión de Perrugateria, con su inversión al mercado de Samborondón en que se mostró por medio del análisis financiero que es un proyecto rentable. Lo interesante de este proyecto es que fue puesto en marcha el año 2013 y tuvo excelentes resultados en la ciudad de Guayaquil.

## 13 BIBLIOGRAFÍA

- Agrocalidad. (01 de 04 de 2013). *Agrocalidad*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de PEFA: <http://agrocalidad.gob.ec/pefa/>
- Almanaque, E. (01 de 10 de 2014). *El Almanaque*. Recuperado el 01 de 03 de 2015, de El Almanaque: <http://www.elalmanaque.com/lexico/mascota.htm>
- animal, C. (01 de 03 de 2012). *Comportamiento animal*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de Comportamiento animal: <http://www.comportamientoanimal.com/perros-gatos/Las+mascotas+conquistas+su+propio+sector+económico.html>
- APPMA. (03 de 11 de 2013). *APPMA*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de APPMA: [http://translate.googleusercontent.com/translate\\_c?depth=1&hl=es&prev=search&rurl=translate.google.com.ec&sl=en&u=http://www.americanpetproducts.org/about\\_background.asp&usg=ALkJrhiTIBryVQpqKmFdX6MSvODLPNoSEg](http://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=es&prev=search&rurl=translate.google.com.ec&sl=en&u=http://www.americanpetproducts.org/about_background.asp&usg=ALkJrhiTIBryVQpqKmFdX6MSvODLPNoSEg)
- bovina, R. (01 de 03 de 2013). *Rabia bovina*. Recuperado el 03 de 02 de 2015, de Rabia bovina: [http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/pdfs/sanidadanimal/programa\\_de\\_control\\_de\\_rabia\\_bovina1.pdf](http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/pdfs/sanidadanimal/programa_de_control_de_rabia_bovina1.pdf)
- Campusparty. (01 de 03 de 2013). *Campusparty*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de Campusparty: <http://www.elcomercio.com.ec/tendencias/retos-campusparty-aplicaciones-moviles-quito.html>
- Carrion, g. (09 de 06 de 2014). *Diario El Universo*. Recuperado el 18 de 07 de 2014, de Diario El Universo: <http://www.eluniverso.com/opinion/2014/06/09/nota/3079471/milagro-ecuatoriano>
- CFN. (01 de 04 de 2014). *CFN*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de CFN: [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1999:cfn-lanza-su-programa-progresar&catid=344:abril-2014&Itemid=883](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1999:cfn-lanza-su-programa-progresar&catid=344:abril-2014&Itemid=883)
- Civil, C. P. (01 de 11 de 2012). *PAE*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de PAE: <http://www.pae.ec/legislacion/legislacion-vigente/148-codigo-penal-y-civil.html>
- CNNExpansion. (07 de 01 de 2013). *CNNExpansion*. Recuperado el 03 de 02 de 2015, de CNNExpansion: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2014/04/16/negocios-que-dan-a-tu-perro-una-vida-vip>
- Compañías, L. d. (03 de 01 de 2013). *Ley de Compañías*. Recuperado el 20 de 03 de 2015, de Ley de Compañías: <https://www.supercias.gob.ec/>
- Compañías, L. d. (01 de 04 de 2014). *Superintendencia de Compañías*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de Superintendencia de Compañías: [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
- compañías, S. d. (14 de 07 de 2014). *Revista Ekos*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Revista Ekos: <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=w>

eb&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0CDUQFjAE&url=http%3A%2F%2Fso  
aprd.sbs.gob.ec%3A7777%2Fmedios%2FPORTALDOCS%2Fdownloads  
%2Farticulos\_financieros%2Festudios%2520tecnicos%2F2013%2FATI  
\_2013.pdf&ei=LerSU

- Compañías, S. d. (14 de 07 de 2014). *Superintendencias de Compañías*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Superintendencias de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- economico, M. (12 de 06 de 2014). *Mirador economico*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Mirador economico: <http://www.miradoreconomico.com/2012/01/breve-analisis-del-sistema-bancario-privado-del-ecuador/>
- Ecuador, B. C. (14 de 07 de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/>
- Ecuador, L. d. (08 de 04 de 2013). *Ley de Protección Animal Domésticos en Ecuador*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de Ley de Protección Animal Domésticos en Ecuador: [http://documentacion.asambleanacional.gov.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/158c4eb8-169d-44f1-b3b9-a9982bb221ff/Proyecto%20de%20Ley%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20Animales%20Dom%C3%A9sticos%20y%20de%20Compa%C3%B1%C3%ADa%20\(Texto%20para%20votaci%C3%B3n](http://documentacion.asambleanacional.gov.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/158c4eb8-169d-44f1-b3b9-a9982bb221ff/Proyecto%20de%20Ley%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20Animales%20Dom%C3%A9sticos%20y%20de%20Compa%C3%B1%C3%ADa%20(Texto%20para%20votaci%C3%B3n)
- Ecuador, P. A. (01 de 10 de 2011). *PAE*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de PAE: <http://www.pae.ec/legislacion/legislacion-vigente/263-reglamento-nacional-de-tenencia-de-perros.html>
- Ecuador, V. d. (05 de 24 de 2014). *Vicepresidencia del Ecuador*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de Matriz Productiva: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/el-cambio-de-la-matriz-productiva-es-para-todos-los-ecuatorianos-manifesto-jorge-glas-vicepresidente-de-la-republica-2/>
- emprendedor, E. (14 de 10 de 2011). *El emprendedor*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de El emprendedor: <http://www.elemprendedor.ec/financiamiento-y-mas-en-emprendecador/>
- españa, P. o. (12 de 06 de 2013). *Página oficial de españa*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Página oficial de españa: <http://www.spain.info/es/>
- ESPE. (10 de 07 de 2014). *ESPE*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de ESPE: [repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3080/1/T-ESPEL-0676.pdf](http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3080/1/T-ESPEL-0676.pdf)
- financiero, C. (24 de 07 de 2014). *Código financiero*. Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Código financiero: <http://www.biobiochile.cl/2014/07/25/congreso-de-ecuador-aprobo-ley-para-fortalecer-el-control-financiero.shtml>
- Finanzas, E. y. (11 de 07 de 2013). *Economía y Finanzas Ecuador*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de Economía y Finanzas Ecuador: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/economía-y-finanzas/1962-capital-semilla-en-ecuador>
- finanzas, M. d. (03 de 01 de 2015). *DIRECTRICES PARA LA ELABORACION DE LA PROFORMA DEL PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO 2015 Y LA PROGRAMACIÓN PRESUPUESTARIA CUATRIANUAL 2015-2018*. Recuperado el 21 de 03 de 2015, de DIRECTRICES PARA

LA ELABORACION DE LA PROFORMA DEL PRESUPUESTO  
GENERAL DEL ESTADO 2015 Y LA PROGRAMACIÓN  
PRESUPUESTARIA CUATRIANUAL 2015-2018 :

- www.finanzas.gob.ec/wp-content/plugins/download.../download.php?id  
guau, I. (01 de 03 de 2013). *lourd guau*. Recuperado el 01 de 02 de 2015, de lourd  
guau: www.lourdgauu.com
- IEPI. (09 de 03 de 2014). *Registro de marca*. Obtenido de Como registro una  
marca: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Iianza. (01 de 03 de 2014). *Iianza*. Recuperado el 03 de 02 de 2015, de Iianza:  
<http://www.ilianza.com>
- Incoterms. (10 de 06 de 2014). *businesscol*. Recuperado el 18 de 07 de 2014, de  
businesscol: [www.businesscol.com/comex/incoterms.htm](http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm)
- INEC. (03 de 01 de 2015). *Poblacion y vivienda*. Recuperado el 03 de 01 de 2015,  
de Poblacion y vivienda: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- LOBA. (01 de 10 de 2013). *Ley Organica de bienestar animal*. Recuperado el 01  
de 02 de 2015, de Ley Organica de bienestar animal:  
<http://loba.ec/sitio/index.php/ley-organica-de-bienestar-animal/por-que-una-ley>
- Madrid, C. E. (10 de 05 de 2014). *Cultura España - Madrid*. Recuperado el 25 de  
07 de 2014, de Cultura España - Madrid:  
<http://www.red2000.com/spain/toros/1index.html>
- Marketing, C. d. (04 de 03 de 2014). *Cultura de Marketing*. Recuperado el 01 de  
03 de 2015, de Cultura de Marketing:  
<http://laculturadelmarketing.com/herramientas-claves-en-un-plan-de-marketing-matriz-pest/>
- Nordhaus, P. S. (2006). *Economia*. En P. S. Nordhaus, *Economia* (pág. 118).  
Madrid: Mc Graw Hill.
- país, A. (10 de 06 de 2014). *Alianza país*. Recuperado el 18 de 07 de 2014, de  
Alianza país:  
[http://www.movimientoalianzapais.com.ec/index.php?option=com\\_youtubegallery&view=youtubegallery&Itemid=163](http://www.movimientoalianzapais.com.ec/index.php?option=com_youtubegallery&view=youtubegallery&Itemid=163)
- Philip, K. (2013). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. En K. Philip,  
*Dirección de Marketing Conceptos Esenciales* (pág. 160). Mexico:  
Primera edición.
- Samborondon, M. d. (01 de 03 de 2012). *Municipio de Samborondon*. Recuperado  
el 01 de 03 de 2015, de Municipio de Samborondon:  
<http://www.samborondon.gob.ec/index.php/bonus-pages/services>
- Samborondon, P. C. (03 de 01 de 2014). *Plan Cantonal Desarrollo Samborondon*.  
Recuperado el 03 de 02 de 2015, de Plan Cantonal Desarrollo  
Samborondon: Plan cantonal De desarrollo samborondon
- seguros, S. d. (12 de 07 de 2014). *Superintendencia de Bancos y seguros*.  
Recuperado el 25 de 07 de 2014, de Superintendencia de Bancos y  
seguros:  
[http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=&vp\\_tip=6&vp\\_buscr=/practg/pk\\_cons\\_bdd.p\\_bal\\_entdd\\_finnc](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=&vp_tip=6&vp_buscr=/practg/pk_cons_bdd.p_bal_entdd_finnc)

Villavicencio, F. (10 de 07 de 2014). *Plan V*. Recuperado el 18 de 07 de 2014, de Plan V: <http://www.planv.com.ec/investigacion/investigacion/el-milagro-ecuatoriano-la-renegociacion-contratos-petroleros>

## 14 ANEXOS:

NOMBRE: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_

### 1.- ¿Actualmente tienes alguna mascota?

SI  (Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 3 y siga)

NO  (Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 2 y finalice)

### 2.- ¿Te gustaría recibir información sobre los beneficios que te pueda dar una mascota?

SI  NO

Escribe tu correo electrónico para hacerte llegar la información \_\_\_\_\_

### 3.- ¿Qué tipo de mascota tienes?

\*Perro  Qué raza es \_\_\_\_\_

\*Gato  Qué raza es \_\_\_\_\_

(Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 4)

\*Roedores  Qué tipo es \_\_\_\_\_

\*Aves  Qué tipo es \_\_\_\_\_

\*Réptiles  Qué tipo es \_\_\_\_\_

\*Otros  Detalle, por favor \_\_\_\_\_

(Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 6)

### 4.- ¿Con qué frecuencia llevas a tu mascota a la peluquería o veterinaria?

1 semana

15 días

1 mes

Más de un mes

(Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 6 y siga)

(Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 5 y siga)

### 5.- ¿Cuál es la razón principal?

No encuentra un lugar indicado

Por falta de tiempo

Por economía

Por malas experiencias

Porque yo mismo, lo hago

### 6.- ¿Actualmente cuánto pagas por un servicio de peluquería, chequeo veterinario y accesorios para tu mascota?

Menos de \$25.00  Entre \$25.00 a \$40.00  Entre \$40.00 a \$65.00  Entre \$65.00 a \$80.00

Más de \$80.00

### 7.- ¿Pagaría por un servicio integral para tu mascota a domicilio, que incluya: estética, cuidado veterinario y venta de accesorios?

SI  (Si contestaste aquí por favor pasa a la pregunta 8)

NO  Explique \_\_\_\_\_

### 8.- IMPORTANTE Queremos que seas el primero en utilizar los servicios de este proyecto por favor llena los siguientes datos:

E-mail: ..... Teléfono: .....

Dirección domicilio: .....