



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
HUMANE**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A
DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURÁN, A
PARTIR DEL AÑO 2023”**

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

VIVIANA EVELINA MENDOZA CARRILLO

**GUAYAQUIL - ECUADOR
2022**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURÁN, A PARTIR DEL AÑO 2023”.

AUTOR/ES: Viviana Evelina Mendoza Carrillo

TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”

FACULTAD: Administración

CARRERA: Administración de Empresas

FECHA DE PUBLICACIÓN: septiembre de 2022

Nº DE PÁG: 102

ÁREA TEMÁTICA: Plan de Negocios

PALABRAS CLAVES: Servicios, personal profesional, fidelización de clientes

RESUMEN: El proyecto consiste en adecuar una furgoneta con todos los implementos necesarios para la atención de las mascotas y en seleccionar el personal especializado para la atención de la mascota según la raza, tamaño, condición y edad de la mascota, con el fin de solucionar la problemática de tiempo para el dueño, proporcionando una atención adecuada a su mascota brindando comodidad y confianza.

Nº DE REGISTRO: A-EC-08-09

Nº DE CLASIFICACIÓN: A-EC-08-09

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI X

NO

**CONTACTO CON
AUTOR/ES:**

Teléfono: 0985781087

E-mail: vmendoza@es.humane.edu.ec

**CONTACTO EN LA
INSTITUCIÓN:**

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por brindarme la sabiduría para emprender este reto y por la salud que me ha otorgado.

Agradezco a Biomar S.A. por la oportunidad de validar mis años de experiencia laboral y permitirme a acceder a los estudios de Humane.

Agradezco al Instituto Humane, por su modalidad de estudios por Validación Profesional, que me abrieron las puertas para lograr esta meta.

Agradezco a mi hija Melina por ser parte de este aprendizaje, aportándome con sus ideas y conocimientos para el desarrollo de este proyecto. Asimismo, a mi hijo Santiago por su comprensión de no poder estar presente en todo momento y por su consideración ante la situación, haciéndose responsable totalmente de sus tareas escolares.

Agradezco a la señora Ruth, por sus excelentes servicios domésticos que me ayudaron a optimizar mis tiempos para dedicarme a este proyecto.

Agradezco a mis tutores: Econ. Andrés Alprecht Quiroz y al Ing. Carlos Pazmiño Castillo, quienes me supieron guiar con su excelente profesionalismo.

Agradezco a mis hermanos y a mi madre, quienes siempre me alentaron y confiaron en mi capacidad.

Agradezco a mis compañeras de curso Ondina y María Alexandra, de quienes siempre recibí apoyo y colaboración incondicional a lo largo de la carrera.

Finalmente, y no menos importante agradezco a mi amiga Janett, quien fiel e indudablemente me brindó sus conocimientos y pautas.

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto a mis hijos Melina y Santiago, quienes han sido el motor de mi vida entera y por quienes me he inspirado personal y profesionalmente, dándoles el ejemplo como madre para que puedan encontrar en mí el amor y el apoyo que necesitan y fomentándoles la honestidad para que sean excelentes personas y profesionales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Yo, **Viviana Evelina Mendoza Carrillo** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Viviana Evelina Mendoza Carrillo

C.I: 0918838046

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURÁN, A PARTIR DEL AÑO 2023”** ha sido elaborado por **Viviana Evelina Mendoza Carrillo** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad las mascotas pasaron a ser parte importante dentro de las familias, se consideran un miembro más. Lo que ha conllevado a mejorar la condición del animal a través del tiempo, incluso se han reforzado las leyes de protección animal.

Se ha incrementado las ventas de productos como vestimenta, alimentación, artículos para distracción, aseo como el servicio de la salud para las mascotas. En cuanto a la salud del animal es de prioridad un adecuado aseo y con esto ha tomado importancia el uso de las estéticas para mascotas, mucho más por la falta de tiempo que tienen los dueños por sus múltiples ocupaciones. Por lo que se ha procedido a analizar un plan de negocio para la creación de una empresa de estética de mascotas a domicilio, ubicada en la ciudad de Durán, a partir del año 2023.

El proyecto consiste en adecuar una furgoneta con todos los implementos necesarios para la atención de las mascotas y en seleccionar el personal especializado para la atención de la mascota según la raza, tamaño, condición y edad de la mascota, con el fin de solucionar la problemática de tiempo para el dueño, proporcionando una atención adecuada a su mascota brindando comodidad y confianza.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ABSTRACT

Currently, pets have become an important part of families, which has led to the improvement of the animal's condition over time, and animal protection laws have even been reinforced.

Sales of products such as clothing, food, entertainment items, grooming and health services for pets have increased. Regarding the health of the animal, proper grooming is a priority and with this the use of aesthetics for pets has become much more important due to the lack of time that owners have due to their multiple occupations.

Therefore, a business plan has been analyzed for the creation of a pet aesthetics company at home, located in the city of Durán, starting in 2023.

The project consists of adapting a van with all the necessary implements for the care of pets and selecting the specialized personnel for the care of the pet according to the breed, size, condition and age of the pet, in order to solve the problem. of time for the owner, providing adequate care to your pet providing comfort and confidence.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. Problema a Investigar	4
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Formulación del problema.....	6
1.3 Sistematización del problema	6
1.4 Objetivos	7
1.5 Justificación	7
1.6 Marco Teórico	8
1.7 Marco Conceptual.....	18
1.8 Formulación de Hipótesis.....	20
1.9 Metodología de la Investigación.....	20
CAPÍTULO II.....	33
2.1 Descripción del Proyecto.....	34
2.2 Visión, Misión, valores, Objetivo General, Específicos, Modelo de Negocios	34
Visión	34
Misión.....	34
Valores.....	34
Objetivo General	35
Objetivos Específicos.....	35
Modelo de Negocio Canvas	36
2.3 Estrategia Genérica, Ventajas Competitivas	38
Estrategia Genérica	38
Ventajas Competitivas	38
2.4 Organigrama	39
2.5 Plan de Marketing	40
a. Contexto general del mercado:	40
b. Perfil del Cliente:.....	41
c. Estrategia de Producto:.....	41
d. Estrategia de Precio:.....	44
e. Estrategia de Distribución:	44
f. Estrategia de Promoción:	45
g. Estrategia de Personas:.....	45

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

h. Procesos:.....	46
i. Estrategia de Evidencia Física:	46
2.6 Plan de acción.....	47
CAPÍTULO III.....	52
ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO	52
3.1 Principales Supuestos Financieros	53
3.2 Financiamiento del Proyecto	54
3.3 Análisis de Estados Financieros.....	57
3.4 Evaluación del Proyecto	65
3.5 Ratios Financieros.....	66
3.6 Punto de equilibrio.....	68
Conclusiones	69
Recomendaciones.....	71
Bibliografía.....	72
Anexos	77

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Problema a investigar</i>	5
Tabla 2: <i>¿Cuál es el servicio que consume al ir a una veterinaria?</i>	23
Tabla 3: <i>Indique el orden de importancia que considera necesita</i>	24
Tabla 4: <i>¿Por qué decide ir a la veterinaria donde recibe los servicios?</i>	25
Tabla 5: <i>¿Conoce la importancia de la estética en su mascota?</i>	26
Tabla 6: <i>¿Tiene un especialista en grooming canino?</i>	27
Tabla 7: <i>Si la respuesta de la pregunta anterior, es No ¿por qué?</i>	28
Tabla 8: <i>¿Con que frecuencia lleva a su mascota a estos servicios?</i>	29
Tabla 9: <i>¿Te gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética?</i>	30
Tabla 10: <i>¿Cuál sería el factor principal por el que decidirías el servicio</i>	31
Tabla 11: <i>Estrategia de precio</i>	44
Tabla 12: <i>Plan de acción Crecer anualmente</i>	47
Tabla 13: <i>Plan de acción Incrementar una móvil</i>	48
Tabla 14: <i>Plan de acción Capacitar personal contratado cada año</i>	49
Tabla 15: <i>Plan de acción revisar e implementar anualmente</i>	50
Tabla 16: <i>Plan de acción mantener la satisfacción del cliente</i>	51
Tabla 17: <i>Principales Supuestos Financieros</i>	54
Tabla 18: <i>Proyección de Préstamo</i>	55
Tabla 19: <i>Inversión Inicial</i>	56
Tabla 20: <i>Inversión Capital de Trabajo</i>	57
Tabla 21: <i>Demanda esperada en unidades por productos</i>	58
Tabla 22: <i>Precios proyectados</i>	59
Tabla 23: <i>Ventas Proyectadas</i>	60
Tabla 24: <i>Costos proyectados</i>	61
Tabla 25: <i>Gastos Operacionales Proyectados</i>	62
Tabla 26: <i>Estados Financieros</i>	63
Tabla 27: <i>Estado de Situación Inicial</i>	65
Tabla 28: <i>Indicadores</i>	66
Tabla 29: <i>Ratios Financieros</i>	67
Tabla 30: <i>Punto de Equilibrio</i>	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: <i>¿Cuál es el servicio que consume al ir a una veterinaria?</i>	23
Gráfico 2: <i>Indique el orden de importancia que considera:</i>	25
Gráfico 3: <i>¿Por qué decide ir a la veterinaria donde recibe los servicios?</i>	26
Gráfico 4: <i>¿Conoce la importancia de la estética en su mascota?</i>	27
Gráfico 5: <i>¿Tiene un especialista en grooming canino?</i>	28
Gráfico 6: <i>Si la respuesta de la pregunta anterior, es No ¿por qué?</i>	29
Gráfico 7: <i>¿Con que frecuencia lleva a su mascota a estos servicios?</i>	30
Gráfico 8: <i>¿Te gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética</i>	31
Gráfico 9: <i>¿Cuál sería el factor principal por el que decidirías el servicio</i>	32
Gráfico 10: <i>Modelo de Negocio Canvas</i>	36
Gráfico 11: <i>Organigrama</i>	39

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de Encuesta	77
Anexo 2: Comportamiento de la demanda esperada por año	79
Anexo 3: Ventas Proyectadas por Año.....	81
Anexo 4: Costos Proyectados por Año.....	84
Anexo 5: Gastos Operacionales por Año	87

INTRODUCCIÓN

Quien desarrolla un profundo sentimiento por las mascotas ha descubierto una de las emociones más puras asociadas a la demostración de fidelidad que los animales domesticos manifiestan con sus dueños o seres humanos. Son sentimientos que nos profesan incondicionales y leales historias. Desde la figura humana ellos son los niños que nunca crecen y desde la perspectiva de las mascotas, posiblemente, somos los perdurables amigos para divertirse y acompañar. (Cardozo, 2011).

Actualmente se vive en una sociedad en donde las mascotas han pasado a ser parte importante de la familia, siendo así necesario darles la importancia que se merecen, manteniendo una higiene y un trato adecuado para estas mascotas, que día a día tienen bastante acercamiento con las personas. Como consecuencia de esto, comúnmente se ve comprometida no solo la salud de las mascotas, sino también la salud de la familia en general, ya que la convivencia es mucho más cercana.

“La peluquería canina o felina se ha convertido en una necesidad para que nuestras mascotas mantengan una buena presencia y salud, ya que estando libres de parásitos y de suciedad se sentirán alegres y cómodas”. (Godoy, 2011).

La estética de las mascotas se creó no solo para mantener la belleza en las mascotas sino con la finalidad de preservar la salud de todo el entorno familiar. Las estéticas son centros especializados en higiene y belleza, en donde el personal no solo se ocupa del peinado o el corte de pelo, sino que a través de ella permite detectar y prevenir alguna enfermedad en la mascota.

Estos centros especializados, ofrecen a los clientes acomodarse con el tiempo, a través de citas agendadas, con el fin de permanecer el tiempo necesario en el centro y así

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

evitar que su mascota se estrese con el contacto con otras mascotas. Incluso existen locales que ofrecen el servicio a domicilio mediante unidades móviles.

Los servicios principales de estos establecimientos son peinar, limpiar, cortar el pelo, cepillar, corte de uñas, limpieza del canal auditivo, la aplicación de tratamientos para mejorar el pelaje e incluso extraer posibles parásitos externos.

Existen innumerables razas de perros y gatos y cada cual necesita de unos cuidados higiénicos, cortes de pelo, tratamientos etc., diferentes. Es por ello por lo que un peluquero de mascota debe tener el conocimiento de cada una de las razas y de sus diferentes tratamientos.

La propuesta va enfocada a prestar el servicio de estética de mascota a domicilio, considerando la falta de tiempo que se manejan, producto del trabajo cotidiano de los dueños de mascotas, como también en ciertos casos la falta de conocimientos del adecuado manejo de la mascota para realizar el proceso de aseo y corte de pelo. En vista de esta necesidad, este plan de negocios busca crear una empresa de estética de mascotas (canina/felina), que facilite a sus dueños, el trabajo de mantenerlos limpios y bellos desde la comodidad de sus hogares, con personal capacitado y con la finalidad que sus mascotas se sientan seguras y protegidas.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1. Problema a Investigar

Las mascotas ya son parte de los miembros de la familia. A esto, se lo ha denominado como un nuevo tipo familiar donde se evidencia que los animales domésticos aportan numerosos beneficios para los humanos, como la reducción del estrés, la generación de dopamina y actividades. (Larrea, 2022)

Las mascotas son animales que viven en el entorno del hombre, tienen identidad propia y personalidad que incluso varía de acuerdo a la especie, raza, edad y ambiente donde se desenvuelven. Tener una mascota, requiere aceptar la responsabilidad que esto conlleva, responsabilidad que recae casi siempre en un adulto, ya que si una mascota no se cuida y/ o no se controla en forma adecuada pasa a constituir un peligro sanitario para el individuo, su familia y para la sociedad. (Torres, y otros)

Estamos rodeados de señales que nos indican cada día que el ritmo de nuestra vida está aumentando. La oficina es el lugar en el que esta sensación es más habitual. Según una investigación de Jonathan B Spira, CEO de la empresa consultora de investigación y tecnología BaseX y autor de Overload, dos tercios de un grupo de trabajadores encuestados decían no tener suficiente tiempo para hacer todo lo que debían, y el 94% se sintió en algún momento “abrumado por tanta información hasta el punto de la incapacidad” (Universon, 2008)

“Según datos estadísticos del sector veterinario del Ecuador existe una población canina de 2.313.542 perros. Ecuador tiene una población de 15.475.850 habitantes. En cuanto a gatos no se tiene un censo estadístico en el Ecuador sin embargo se conoce que mundialmente es una relación de 76% en referencia a la población canina y por tanto se estima una población de un 1.758.290”, (Ministerio de Salud, 2013), es decir que por cada 6.67 habitantes del Ecuador existe un perro y que por cada 8 habitantes del Ecuador hay un gato. (PARRA, 2013)

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

La estética canina podría evitar o advertir algún otro problema que pueda tener el animal y que, como dueño, no se haya percibido a simple vista.

También podría ayudar a identificar problemas de audición al limpiar las orejas de su mascota o bien prevenir infecciones o problemas de salud más severos en la dentadura.

El objetivo de la estética canina es mejorar la higiene y el aspecto del perro, por lo que sus funciones principales son peinar, limpiar, cortar y cepillar. Aunque también realizan tareas de corte de uñas, limpieza del canal auditivo, la aplicación de tratamientos para mejorar el pelaje e incluso extraer posibles parásitos externos.

(Can, 2019)

Tabla 1: *Problema a investigar*

Síntoma	Causa	Pronóstico	Control de Pronóstico
Pérdida de clientes	Alta competitividad en el sector	La falta de tiempo, que es un problema	Contar con un servicio de estética de mascotas, con una planificación
Alto índice de mascotas con una higiene deteriorada	Desconocimiento de la importancia de la estética de mascotas	dueños de mascotas, no les permite tener un control adecuado de sus mascotas (felina/canina)	estratégica, que se adapte hacia las nuevas condiciones y necesidades del mercado y permita obtener la satisfacción del cliente.
Bajo nivel de ventas	Falta de tiempo para llevar a las mascotas	como es el de la estética, lo que conlleva al bajo nivel de ventas y posible cierre del negocio.	
Altos reclamos de un mal servicio	Falta de capacitación de personal		
Desconocimiento de la marca	Falta de estrategias de publicidad		

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Síntomas

- Pérdida de clientes
- Alto índice de mascotas con una higiene deteriorada

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

- Bajo nivel de ventas
- Altos reclamos de un mal servicio
- Desconocimiento de la marca

1.1.2 Causas

- Desconocimiento de la importancia de la estética de mascotas
- Falta de tiempo para llevar a las mascotas
- Falta de capacitación de personal
- Falta de estrategias de publicidad

1.1.3 Pronóstico

La falta de tiempo, que es un problema concurrente de los dueños de mascotas, no les permite mantener una visita y control adecuado en la estética de sus mascotas (canina/felina), lo que conlleva a las estéticas un bajo nivel de ventas y posible cierre de negocios.

1.1.4 Control del pronóstico

Contar con un servicio de estética de mascotas, con una planificación estratégica, que se adapte a las nuevas condiciones y necesidades del mercado y que permita obtener la satisfacción del cliente.

1.2 Formulación del problema

¿Puede la creación de una estética de mascotas a domicilio ahorrar el tiempo a clientes que necesitan dar un mejor cuidado a sus mascotas?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son los efectos de desconocer la importancia de la higiene de las mascotas?

¿Cuáles son las razones principales por la que los dueños no tengan el tiempo necesario para llevar a sus mascotas a un centro estético?

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

¿Cuáles son las consecuencias de no contar con un plan de capacitación del personal?

¿Cuáles serán las ventajas competitivas de crear el centro de estética de mascotas a domicilio?

¿Cuáles serían las estrategias adecuadas para implementar con un plan estratégico de publicidad?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa de estética de mascotas a domicilio, ubicada en la Ciudad de Durán para el año 2023.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer las ventajas competitivas del centro de estética para mascotas a domicilio.
- Explicar la importancia de la higiene de las mascotas.
- Detallar las consecuencias de no contar con un plan de capacitación del personal.
- Determinar las estrategias adecuadas para implementar con un plan estratégico de publicidad.

1.5 Justificación

Este plan de negocio está enfocado principalmente en resolver la problemática de la falta de tiempo que mantienen los dueños para el cuidado completo de sus mascotas, y la necesidad de mantenerlas limpias y bellas. En la actualidad, las mascotas han dejado de ser parte de exhibiciones para ser considerado un animal de compañía, un amigo o un miembro más de la familia.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Los hábitos rutinarios de aseo del perro y el gato son partes fundamentales, tales como: el baño, el cepillado, la limpieza de los dientes, limpieza de los oídos y aseguran la salud, no solo de las mascotas sino también de las personas con las que convive.

La tarea y responsabilidad de las estéticas son muy importantes, para mantener a las mascotas en el mejor estado de salud e higiene posibles y que éstas no se conviertan en un problema para la familia con la que comparten su vida.

La importancia de este plan también está en la confiabilidad de los dueños de mascotas en un servicio personalizado, la garantía de poner a sus mascotas en manos de especialistas en estética, que son quienes mejor conocen lo que la mascota necesita en función de la raza, el tamaño, la edad y la actividad del animal. De allí la importancia de que las estéticas de mascotas, se especialicen en las innumerables razas existentes y sus diferentes procedimientos. De esta forma se afianza la relación negocio -cliente, en donde el cliente muestra su grado de satisfacción y a la vez permite al negocio consolidarse y posicionarse en el mercado.

1.6 Marco Teórico

Ventajas competitivas en una Estética de Mascotas

Las relaciones que quiere y necesita todo negocio con sus clientes, son esas relaciones que perduran, para lo que el negocio requiere estar en constante renovación, a fin de mostrarse atractivo para el gusto del consumidor, mucho más cuando la competencia va en aumento. La ventaja competitiva sirve para todo plan de negocio, para construir su propuesta de valor, que convierte al producto o servicio en la opción más conveniente para el mercado meta. (Pursell, 2022).

Lo importante de las ventajas competitivas es que permanezcan en el tiempo, que no sean ocasionales y que permita al negocio consolidarse y mantenerse en el mercado. Hay varios aspectos importantes a la hora de definir las ventajas competitivas de un plan de negocios que lo hace diferente a otros: la marca

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

del producto, el servicio al cliente, la infraestructura, el personal, la tecnología, la localidad y la distribución.

Una ventaja para que sea considerada competitiva debe cumplir los siguientes requisitos:

Mejor desempeño: mayores ventas, mayor margen de ganancia, más clientes fidelizados que el de la competencia.

Aumento de la rentabilidad: que le permita ubicarse por encima de la rentabilidad promedio del mercado.

Sostenibilidad en el tiempo: que logre mantenerse a mediano o largo plazo, adaptándose a los cambios del mercado.

Inalcanzable ante la competencia: es el logro de obtener una ventaja, mantenerla y aprovecharla al máximo. (día, 2017).

Tipos de ventajas competitivas

La **ventaja comparativa** consiste en ofrecer el producto o servicio de mejor manera que la competencia, de esta forma el mercado consumidor debe elegir entre las opciones.

La **ventaja diferencial** es aquella en la que se destaca un producto o un servicio de los demás competidores, cuyas características la hacen una marca diferente y que a pesar de que existan innumerables opciones, el mercado tiene bien marcada su preferencia.

Una **ventaja competitiva** es sostenible cuando está planificada a largo plazo, cuando su crecimiento comercial va entorno a su desarrollo durante años y generalmente las poseen aquellas empresas cuyos productos los pueden comercializar únicamente ellas. (ANIMAL, 2020)

Las Cuatro Fuerzas Que Hacen Crecer el Diamante Competitivo de una Empresa

El norteamericano Michael Porter a mediados de los años noventa ya se había convertido en toda una referencia en la gestión empresarial basada en la Teoría de la Cadena de Valor, pero una vez más revoluciona en el mundo de los negocios con un nuevo modelo de análisis llamado Diamante de Porter, basado en cuatro áreas bien diferenciadas:

Eficiencia. – una empresa mide su eficiencia ante sus competidores si logra crear mayor valor, es decir, si gasta menos recursos para producir una unidad de producto, si hace mejor uso de los elementos productivos de los que dispone, como su capital humano, la organización interna o los sistemas de fabricación.

Innovación. – Cuando de responder las necesidades del consumidor se trata, es cuando se pone de manifiesto las innovaciones del producto. Cuando se trata de satisfacer las demandas de los clientes, es cuando se habla de innovaciones de proceso y cuando se trata de modificar la actividad productiva o comercial de la compañía, es cuando se habla de innovaciones organizativas.

Calidad. – Este elemento hace referencia a la importancia de la calidad del producto, la que lo hace merecedor al prestigio diferenciador ante otras competencias, así los precios no sean accesibles al consumidor.

Respuesta al cliente. – Se refiere a la experiencia que se obtiene a través de la atención al cliente, el descubrir cual es la clave o la forma para ganar la lealtad por parte del consumidor y que permita hacer la diferencia y al mismo tiempo la satisfacción del cliente. Actualmente lo que los clientes quieren es un servicio personalizado, quieren sentirse importantes cuando de atención se trata, la clave está en conocerlos mejor, saber que desean, que aspiran, sus problemáticas y el nexos con sus necesidades debe ser el trato. (Pymes, 2018)

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Importancia de la tenencia responsable de mascotas

Decidir tener una mascota, no es decisión solo de una persona, sino de la familia en general, ya que aquí entran varios factores muy importantes a la hora de decidir tener una mascota: la condición económica, la condición física, el tiempo, el entorno, entre otros. Tomando en cuenta que el compromiso en el caso de los canes será de 15 años y en el caso de los felinos mucho más.

La convivencia actual de las mascotas es mucho más íntima, lo que provoca un estado de hacinamiento que conlleva a consecuencias nocivas para la mascota mismo, para los miembros de la familia, para otras personas y otros animales. La tenencia de una mascota se refiere a aceptar y a asumir la responsabilidad de los deberes, derechos y obligaciones enfocadas a satisfacer las necesidades de su mascota, asegurar su bienestar y supervivencia.

Debido a la falta de conciencia de los propietarios de mascotas, existe una sobrepoblación de éstas, lo que ha generado un fenómeno social y de salud pública en el mundo. Esta problemática conecta directamente con la aparición de enfermedades zoonóticas, como la rabia, leptospirosis, toxoplasmosis, leishmaniasis, cestodiasis, cenurosis, dipilidiasis, capilariasis, estrogiloidiasis, filariasis, larva migrans, dermatomycosis y dermatosis por ácaros.

Ser dueño de una mascota implica responsabilidad por satisfacer sus necesidades básicas, como la calidad y cantidad de la alimentación, el espacio físico debe ser amplio y estar protegido de las condiciones climáticas, mantener limpio y desinfectado el lugar donde habita, aplicar vacunas, desparasitación y esterilización. (ANIMAL, 2020)

Beneficios de tener una mascota

Según National Geographic, estudios realizados han demostrado que la terapia con los perros ha conllevado a buenos resultados para tratar problemas de

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

depresión, ya que activa la oxitocina, la hormona de amor y la felicidad, tanto en humanos como en los animales.

En la relación propietario-mascota se activa la atención, la interacción y la calidad de la relación puede influir en la salud para ambos. Es por esto que los responsables de mascotas deben tener claro la serie de responsabilidades a las que están sujetas a la hora de comprar o adoptar una mascota. (AFFINITY, 2017)

Compromisos al adquirir una mascota

El objetivo principal de conocer y asumir una tenencia responsable es evitar un posible abandono posterior del animal. Los compromisos adquiridos por el dueño del animal son los siguientes:

- Esterilización, para evitar camadas no deseadas.
- Identificación, para recuperarlos en caso de que se pierdan.
- Educación, para evitar problemas de convivencia o con otros animales.
- Higiene y atención veterinaria (desparasitaciones, vacunaciones, cuidados médicos). Todos los animales deben disponer de una cartilla veterinaria actualizada.
- Cumplir con la legislación vigente (existen normas que amparan a los animales de compañía) (Flores, 2017)

Motivos de abandono de mascotas 2020

Fundación Affinity afirma que mayormente se desconocen los motivos del abandono de las mascotas, ya que las personas que los llevan a las protectoras de animales no conviven con ellos. Entre los principales tenemos

- Las camadas no deseadas (21%).
- Los problemas de comportamiento del perro o gato (13%).
- El fin de la temporada de caza (12%).
- La pérdida de interés por el animal (11%).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Existen otros motivos tales como: factores económicos, alergias, cambio de domicilio o traslado, falta de tiempo o espacio, ingreso hospitalario o defunción, el nacimiento de un hijo, un divorcio, vacaciones. (AFFINITY, 2017)

Campaña de Concienciación de Zoetis

La Asociación Española de Veterinarios Municipales (AVEM), con el respaldo de Zoetis, empresa líder en sanidad animal, realiza campañas de concienciación, bajo el lema "Eliges un amigo, eliges un compromiso". Estas campañas se realizan en los colegios con la finalidad de inculcar a toda la familia, la responsabilidad que implica tener una mascota. (Veterinario P. , 2019)

En el año 2019 la campaña consistió en unos talleres impartidos por educadores caninos en 18 colegios de la Comunidad de Madrid, a través de charlas, demostraciones y juegos. Los expertos ponen como relevante la importancia de las responsabilidades, de los cuidados, del compromiso, dejando en claro que son seres vivos y que deben tratarse y respetarse como tal. (ANIMAL, 2020).

La importancia de acudir a una estética de mascotas

Actualmente los dueños de mascotas se ven inmersos en las labores diarias y en la vida cotidiana y la falta de tiempo se ha convertido en el enemigo número uno, a la hora de tener que acudir a una estética de mascotas para darles la atención que ellas se merecen.

La profesión de un peluquero canino se ha convertido en una herramienta de vital importancia para los dueños de mascotas, que ahora ofrecerles un mejor estilo de vida, forma parte de su responsabilidad como tal. Un centro de estética canina debe conocer las técnicas adecuadas para elaborar el corte de pelo y el lavado de acuerdo con la raza y al tipo de piel del can. Los dueños de mascotas deben tener conocimiento, que no solo es importante la apariencia física, sino también la salud,

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

ya que un perro con una melena larga puede lastimar sus ojos y por consiguiente su visión.

La estética canina además nos ayuda a prevenir otras posibles enfermedades de las mascotas, que posiblemente el dueño no se haya dado cuenta. También ayuda a detectar problemas de audición al limpiar sus orejas y problemas de infección en su dentadura al limpiar sus dientes. A pesar de que los dueños puedan realizar la limpieza de sus mascotas, es necesario recalcar que los profesionales, al ser personal capacitado, pueden hacerlo sin dejar pasar ningún detalle, asesoran y utilizan los productos adecuados según la raza, el tamaño, la edad y la actividad del animal. (Implika, 2018)

Razones por las que es importante acudir a una estética de mascotas

- La limpieza es mucho más minuciosa con productos y herramientas específicos para la raza y la piel.
- Se cuenta con un espacio acondicionado para el animal.
- La mascota será bañado y estilizado por expertos, lo que facilitará la tarea. (Implika, 2018)

Peluqueros caninos – Profesionales especializados

Los peluqueros caninos son profesionales especializados en higiene y estética y tienen como deber principal, preservar la salud de las mascotas, ofreciéndoles mejores cuidados y mejorando su calidad de vida.

Funciones del peluquero canino

Las funciones principales del peluquero canino son: peinar, limpiar, cortar el pelo y cepillar, corte de uñas, limpieza del canal auditivo, extracción de parásitos externos.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

El peluquero canino elige el champú adecuado y el corte de pelo de acuerdo con la raza, realiza antipulgas, pedicura, tratamientos para la piel, hidrata, realiza masajes de relajación. El cepillado como primer paso, es quien elimina las impurezas, controla el exceso de pelaje muerto y regenerar el nuevo. Como segundo paso el baño, es quien limpia, alivia la ansiedad de la mascota y reactiva su circulación. (Torres G. P., s.f.)

Capacitaciones del peluquero canino

El peluquero de mascotas debe tener conocimientos de:

- Anatomía canina y felina
- Conducta y manipulación del perro y gato.

Un peluquero de estética de mascotas debe inspeccionar la piel, pelo, uñas, ojos, oídos y partes íntimas de los animales, preservando su aseo, su salud y belleza. El peluquero debe tener conocimiento del pelo y la piel de cada tipo de perro y gato, así como de los estilos de peinado, corte, herramientas de seguridad, contacto y manejo. Es de suma importancia que conozca los tratamientos de cada pelaje, los problemas de cada tipo de piel, tal como las dermatosis alérgicas y alteraciones. Adicionalmente, debe conocer todos los tipos de corte: los cortes con navaja, la técnica artesanal del corte con tijeras y las máquinas esquiladoras. Gómez Ferran, A. (2010). En A. Gómez Ferran, Peluquería Canina Técnicas y consejos (págs. 31-36). Barcelona: De Vecchi.

Plan estratégico de marketing

El plan estratégico de marketing define las líneas de acción del equipo: la estrategia de posicionamiento, producto, precio y promoción de un negocio, para lo que es necesario contar con un buen plan de acción, con el fin de encajar con todas

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

y cada una de las decisiones que se tomen. El plan estratégico de marketing es un documento que ayuda a alinear las metas de la empresa con las actividades de marketing, que permitirán alcanzar las metas propuestas en un período determinado.

El marketing relacional es una estrategia con objetivo de construir, diseminar y difundir la marca, fidelizar clientes y crear autoridad en el mercado. (Lipinski, 2020). Para (Christopher -1994) describe como los principales pilares del marketing relacional los siguientes:

- Centralización en la retención de clientes.
- Orientación hacia los beneficios del producto.
- Visión del negocio a largo plazo
- Alto grado de compromiso con los clientes
- Alto grado de contacto con los clientes
- La calidad

Estrategias de marketing que disparan las ventas

Son los mecanismos para abrir oportunidades de venta para el negocio, los cuales sirven para trazar la ruta hasta el cumplimiento de los objetivos, ya sea conseguir leads, aumentar la visibilidad de la marca, expandir la empresa a otros mercados y fidelizar clientes.

Tipos de Estrategias de Marketing

Estrategia de segmentación. – Divide y enfoca las campañas de la empresa a una audiencia determinada. Existen 4 tipos de segmentación:

Indiferenciada: es cuando la empresa intenta conseguir más clientes, es decir, elige realizar una estrategia de marketing masivo.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Diferenciada: es la segregación del mercado en diferentes sectores y en determinar varias estrategias de marketing para cada uno de dichos sectores.

Concentrada: es la selección de un solo sector del mercado, que le permitirá a la empresa, la reducción de costos mercado, ya que se enfocaría a un segmento más identificado, más pequeño y adaptado al sector.

- **1 to 1:** es una estrategia de marketing personalizado, es decir de manera individual y es la más cara.

Estrategia de posicionamiento o branding. – Su finalidad es dibujar en la mente del consumidor una imagen de marca definida. La importancia de esta estrategia radica en que el mercado consumidor conozca e identifique la marca con un estilo y valores definidos. En esta estrategia se definen las necesidades de los clientes con los productos que se ofrecen, colocando la relación calidad - precio, siempre como primera elección.

Estrategia funcional. - Es la mezcla de 4 variables de marketing para lograr cumplir los objetivos comerciales y depende de ésta, para que sea un éxito. Estas son las variables:

- **Producto:** imagen de marca, packaging, política de la marca...
- **Precio:** métodos y políticas de pago.

Distribución: gestión de pedidos, seguimiento, almacenamiento y localización de puntos de venta.

Comunicación: debe apartarse al tipo de producto, precio y persona a la que se quiera vender el producto.

Estrategia de cartera. – Consiste en disminuir los costes de las estrategias de marketing reduciendo también el número de productos que se intentan lanzar al

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

mercado, en otras palabras, de entre la cartera de productos, se elige comercializar solo los más rentables. (Muelas, 2020)

1.7 Marco Conceptual

Estética canina. - La estética canina es la disciplina que engloba el cuidado, mejora y mantenimiento de las mascotas en términos de salud, alimentación y por supuesto, higiene y estética (Moda, 2020).

Zona perianal. – Situada o que tiene lugar alrededor del ano (Española, s.f.).

El Grooming: es el conjunto de técnicas de peluquería canina y felina que mantienen el buen estado del manto de perros y gatos, garantizando su bienestar higiénico y saludable y dándole un estilo acorde con su raza. (Styleanddog, 2015).

Plan estratégico. - Es una herramienta básica de mejora para cualquier negocio. A través de este documento se expresan los objetivos empresariales que se desea alcanzar, a medio o largo plazo, y se detalla el modo en el que se va a conseguir. (Excellence, 2015)

Ventaja competitiva. - Es una característica con la que debe contar cualquier empresa que desee tener un mejor lugar en el mercado, y de este modo, reflejar o comparar el prestigio de otras empresas respecto de la propia, tomando en cuenta las estrategias que se hayan adoptado para alcanzar dicho prestigio. (rankmi, 2019)

Propuesta de valor. - Es una declaración o resumen de las principales características y funciones de tu producto o servicio. Mediante la propuesta de valor de tu empresa debes comunicar cómo vas a satisfacer las necesidades de tu público. (PYMES, 2020)

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Negocio consolidado. - Un negocio está consolidado cuando su dueño empieza a recibir llamadas de las entidades bancarias ofreciendo servicios financieros. (HARO, 2018)

Fidelización del cliente. – Consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa. Para esto, es necesario un conjunto de interacciones satisfactorias, que desarrollarán una relación de confianza con la clientela a largo plazo. (Muriel, 2020)

Rentabilidad financiera. - También se conoce con el nombre de rentabilidad sobre el capital, que relaciona los beneficios obtenidos netos en una determinada operación de inversión con los recursos necesarios para obtenerla. (Pedrosa, 2016)

Empresa sostenible. - Es aquella que tiene en cuenta en su actividad las oportunidades, obligaciones y riesgos económicos, sociales y ambientales. Es decir, una empresa que presenta un crecimiento económico ético, que minimice el impacto ambiental y respete la comunidad. (speed, 2018)

Servicio personalizado. - El servicio personalizado es el resultado de adaptar la experiencia del cliente a sus necesidades específicas. (HUB, 2021)

Sobrepoblación. - es un fenómeno en el que el número de habitantes de un espacio en concreto es exageradamente elevado, lo que genera problemas económicos, de accesibilidad, salud, entre otros. (TWENERGY, 2020)

Preservación. - Preservar el medio ambiente es un acto importante no solo para la humanidad, sino para todos los seres que habitan la Tierra. A fin de cuentas, es en ella que están los recursos naturales necesarios para su supervivencia, como agua, alimentos y materias primas. (Pucheta, 2020)

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1.8 Formulación de Hipótesis

1.- El plan de negocio de creación de una estética para mascotas a domicilio influye en el ahorro de tiempo para los clientes.

2.- El plan de negocio de creación de una estética para mascotas a domicilio no influye en el ahorro de tiempo para los clientes.

1.9 Metodología de la Investigación

Un paso fundamental para llevar una investigación, es la formulación correcta de la pregunta, posteriormente surge la duda respecto a cómo solucionarla, es decir, qué tipo de diseño de investigación es el más idóneo para probar que la información derivada de la investigación tiene bases científicamente válidas y universalmente aceptables (Vallejo M. , 2002)

En conclusión, el diseño de la investigación es un planteamiento en el cual se plasman una serie de actividades bien estructuradas, sucesivas y organizadas, para abordar de forma adecuada el problema de la investigación; por lo tanto, en el diseño, se indicarán los pasos, pruebas, y técnicas a utilizar, para recolectar y analizar los datos. Sin duda, el diseño de la investigación es la mejor estrategia que puede efectuar el investigador (Bastar, 2012).

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. (Grajales, 2000)

En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (Agudelo, Diseños de Investigación, 2008)

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de un hecho. (Agudelo, Diseño de Investigación, 2008)

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas Investigación Cualitativa y cuantitativa (Díaz, 2014)

El diseño de esta investigación es descriptiva, transversal y no experimental, mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo; debido a que se buscará describir las estrategias de marketing necesarias para implementar un plan de negocio de una empresa de estética de mascotas a domicilio en la Ciudad de Durán para el año 2023 y así llegar a conocer si resuelve la problemática que mantienen los clientes con respecto a la falta de tiempo que manejan para darles el adecuado tratamiento de aseo a sus mascotas.

Para esto se revisará bibliografía con respecto a los cuidados en el aseo de las mascotas y se realizará una encuesta para conocer la aceptación y la posible demanda que tendría este proyecto.

Población y Muestra

El Ministerio de Salud indica que por cada 6.67 habitantes del Ecuador existe un perro y que por cada 8 habitantes del Ecuador hay un gato, por lo que según el último censo realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), la población en la ciudad de Durán es de 235.769 personas, por lo que la población canina sería de un aproximado de 36.348 mientras que la gatuna es de 29.471 dando un total de 65.819 mascotas entre mascotas con hogar y que viven en la calle.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para conocer a cuantas personas se debe encuestar se calcula el tamaño de la muestra mediante la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. (Orlando, 2011)

El nivel de confianza que se utilizará será el de 95%, y un límite de error muestra del 9% considerando que dentro de la población hay mascotas que viven en la calle o dueños que tienen más de 1 mascota en casa, por lo tanto:

$$n = \frac{65.819 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,09^2(65.819 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$\mathbf{n = 118}$$

Con el cálculo obtenido, se logra conocer el número de encuestados que sería de 118 dueños de mascotas, para así poder obtener información respecto a la futura demanda y aceptación que tendría este plan de negocio en la Ciudad de Durán para el año 2023.

Para la encuesta se ha utilizado ciertas preguntas del cuestionario de Sandra Juliana Panilla García realizada en el 2019 en su tesis de grado con título “Plan de negocio para la

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

creación de una estética canina móvil en la ciudad de Bucaramanga”, debido a que son relacionadas a este proyecto.

Dicho cuestionario consta de 9 preguntas con respuestas cerradas, y preguntas que permiten cuantificar las opiniones de una posible demanda y así conocer si la propuesta tiene aceptación en la ciudad de Durán.

La encuesta es on line, utilizando el aplicativo de Google y será enviada aleatoriamente a una base de datos proporcionada por una veterinaria de la localidad y será mediante correos electrónicos y redes sociales.

Los encuestadores serán dueños de mascotas domiciliados en la Ciudad de Durán, mayores de 18 años.

Resultados

El propósito de este plan de negocio es conocer la aceptación de una empresa de estética para mascotas a domicilio en la Ciudad de Durán para el 2023. Para esto se ha realizado la encuesta a 118 dueños de mascotas arrojándonos los siguientes resultados:

1. ¿Cuál es el servicio que consumes al ir a una veterinaria? Su respuesta puede ser múltiple.

Tabla 2: *¿Cuál es el servicio que consume al ir a una veterinaria?*

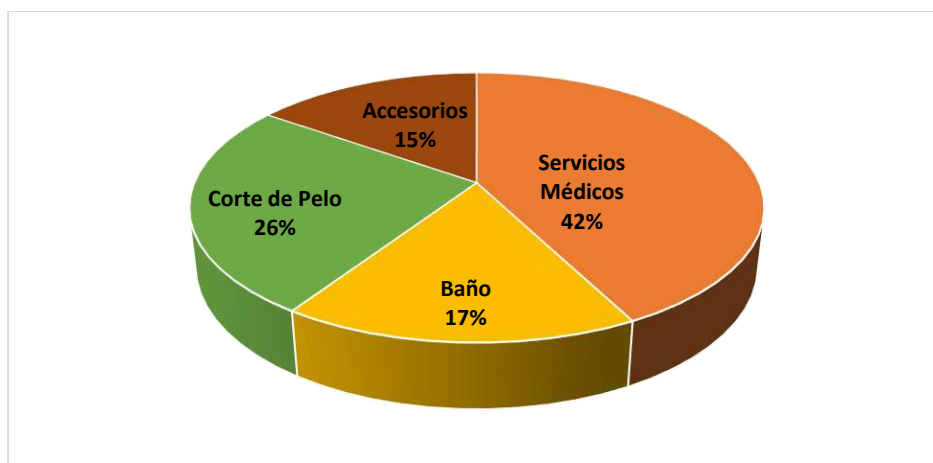
Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Servicios Médicos	50	42%
Baño	20	17%
Corte de Pelo	30	25%
Accesorios	18	15%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza

Fuente: Investigación de mercado

Gráfico 1: *¿Cuál es el servicio que consume al ir a una veterinaria?*

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”



Elaborado: Viviana Mendoza

Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados el servicio que consumen es el de medicina para sus mascotas.

2. Del 1 al 6, siendo 6 el más importante y 1 el menos importante. Indique el orden de importancia que considera necesita su mascota:

Tabla 3: *Indique el orden de importancia que considera necesita su mascota:*

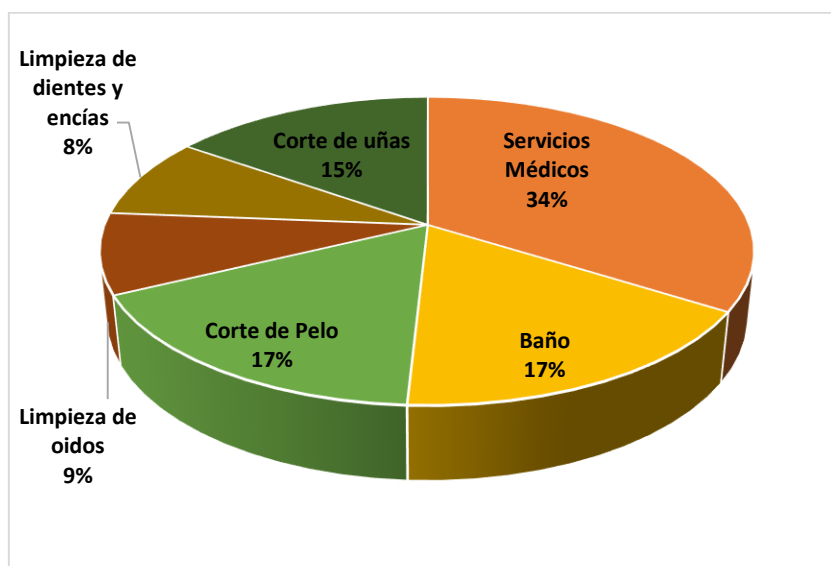
Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Servicios Médicos	40	34%
Baño	20	17%
Corte de Pelo	20	17%
Limpieza de oídos	10	8%
Limpieza de dientes y encías	10	8%
Corte de uñas	18	15%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza

Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 2: *Indique el orden de importancia que considera necesita su mascota:*



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados el 34% considera de mayor importancia el servicio médico para su mascota.

3. ¿Por qué decides ir a la veterinaria donde recibes los servicios para tu mascota?

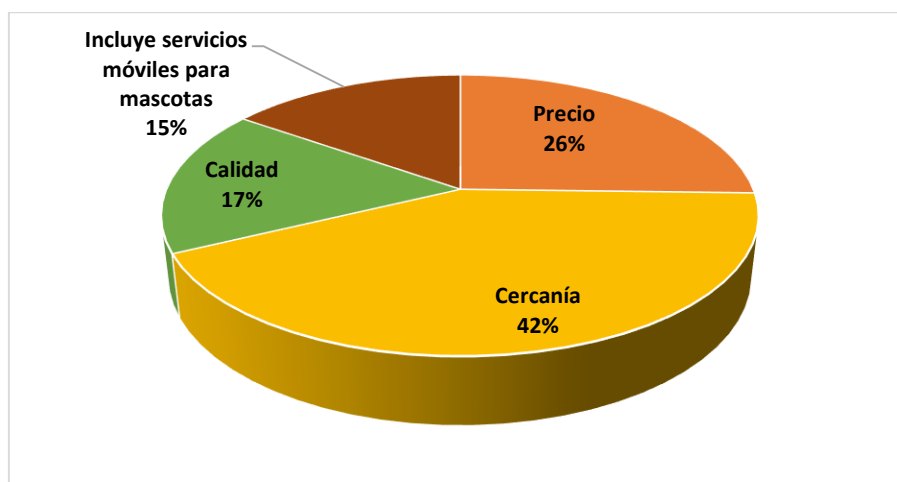
Tabla 4: *¿Por qué decide ir a la veterinaria donde recibe los servicios para su mascota?*

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Precio	30	25%
Cercanía	50	42%
Calidad	20	17%
Incluye servicios móviles para mascotas	18	15%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 3: ¿Por qué decide ir a la veterinaria donde recibe los servicios para su mascota?



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados el 42% escoge servicios veterinarios por la cercanía a su domicilio.

4. ¿Conoce la importancia de la estética en su mascota?

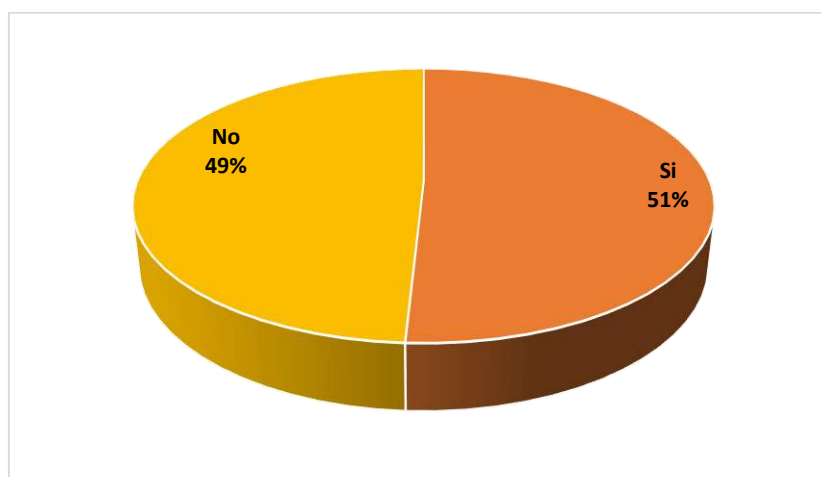
Tabla 5: ¿Conoce la importancia de la estética en su mascota?

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Si	60	51%
No	58	49%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 4: *¿Conoce la importancia de la estética en su mascota?*



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados el 51% conoce la importancia de la estética de su mascota.

5. ¿Tiene un especialista en grooming canino para otorgarle un servicio profesional a su mascota?

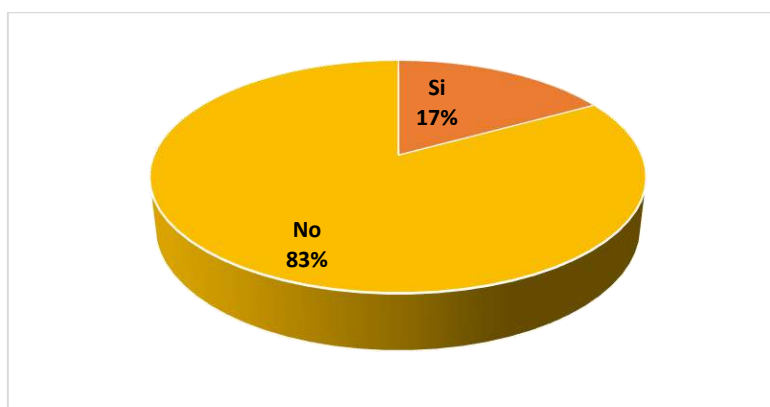
Tabla 6: *¿Tiene un especialista en grooming canino para otorgarle un servicio profesional a su mascota?*

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Si	20	17%
No	98	83%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 5: ¿Tiene un especialista en grooming canino para otorgarle un servicio profesional a su mascota?



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados el 83% no tiene un especialista en grooming para su mascota.

6. Si la respuesta de la pregunta anterior, es No ¿por qué?

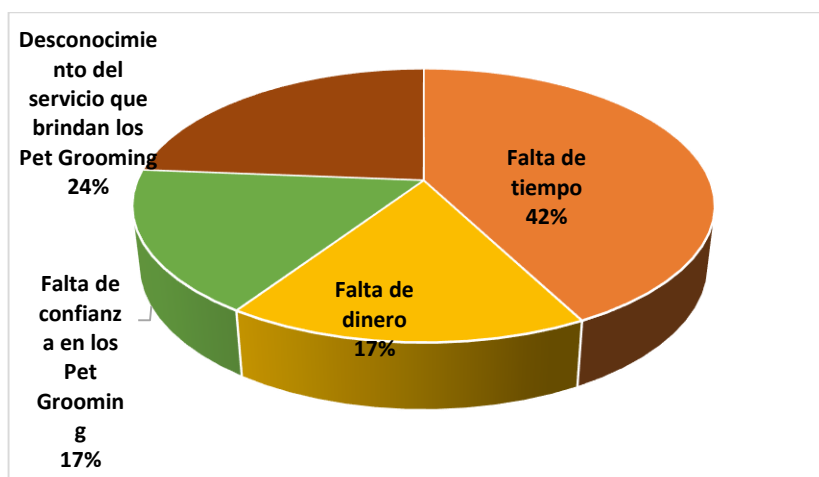
Tabla 7: Si la respuesta de la pregunta anterior, es No ¿por qué?

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Falta de tiempo	50	42%
Falta de dinero	20	17%
Falta de confianza en los Pet Grooming	20	17%
Desconocimiento del servicio que brindan los Pet Grooming		
Grooming	28	24%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 6: Si la respuesta de la pregunta anterior, es No ¿por qué?



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados el 42% no tiene un especialista en grooming debido a la falta de tiempo.

7. ¿Con qué frecuencia lleva a su mascota a estos servicios?

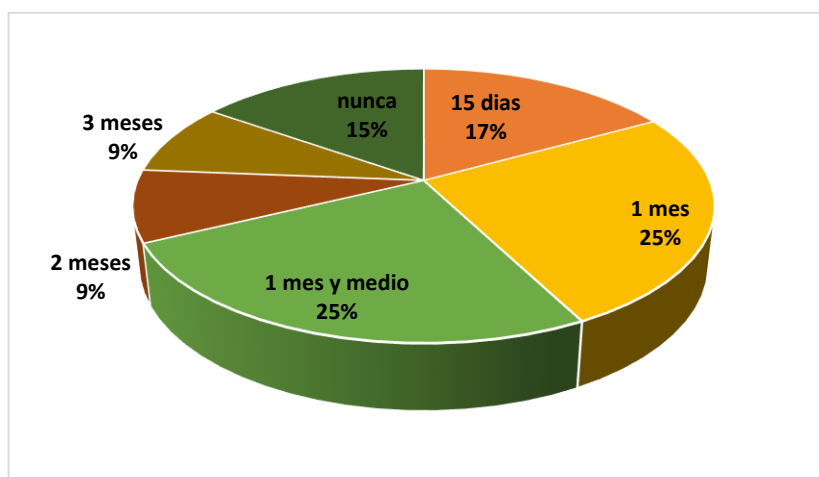
Tabla 8: ¿Con qué frecuencia lleva a su mascota a estos servicios?

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
15 días	20	17%
1 mes	30	25%
1 mes y medio	30	25%
2 meses	10	8%
3 meses	10	8%
nunca	18	15%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 7: ¿Con qué frecuencia lleva a su mascota a estos servicios?



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados un 50% lleva a sus mascotas por el servicio de estética entre un mes y mes y medio.

8. ¿Te gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética para tu mascota?

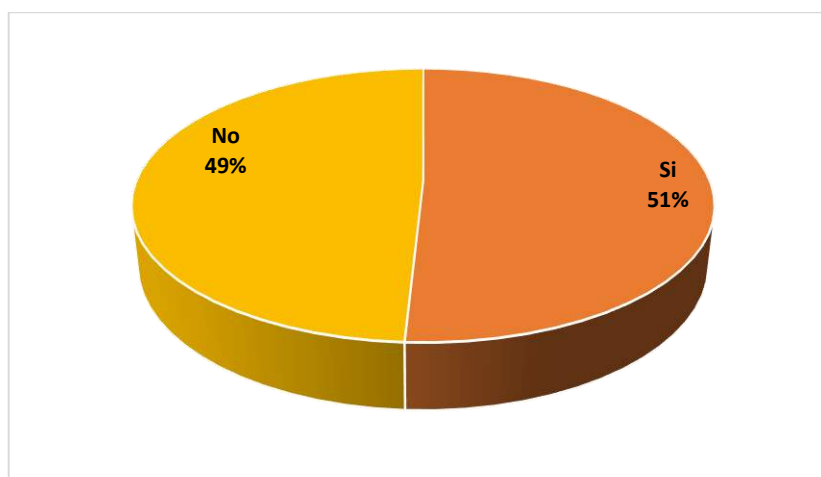
Tabla 9: ¿Te gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética para tu mascota?

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Si	60	51%
No	58	49%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 8: *¿Te gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética para tu mascota?*



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados un 51% si le gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética.

9. *¿Cuál sería el factor principal por el que decidirías el servicio de estética para su mascota a domicilio?*

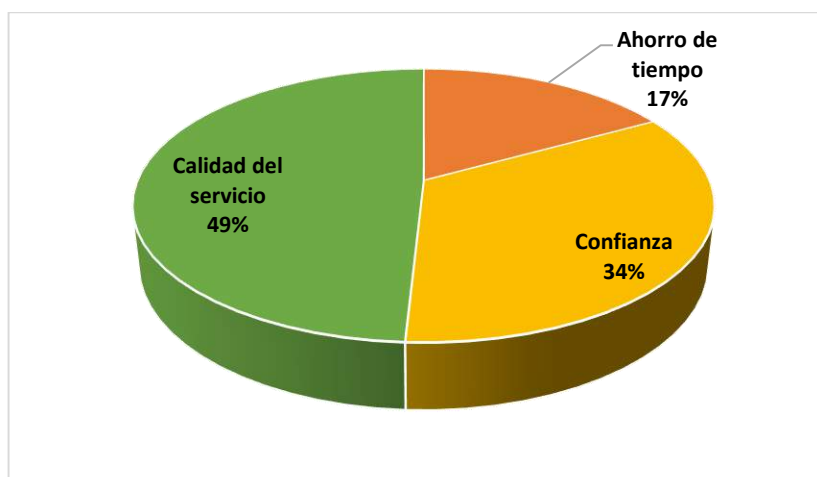
Tabla 10: *¿Cuál sería el factor principal por el que decidirías el servicio de estética para su mascota a domicilio?*

Respuestas	Encuestados	Porcentajes
Ahorro de tiempo	20	17%
Confianza	40	34%
Calidad del servicio	58	49%
TOTAL	118	100%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Gráfico 9: *¿Cuál sería el factor principal por el que decidirías el servicio de estética para su mascota a domicilio?*



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

Análisis de datos: De los 118 encuestados un 49% prefiere la calidad del servicio brindado.

Con la encuesta realizada se puede concluir que a pesar que los dueños estiman a sus mascotas y desean darle los mejores cuidados, en su mayoría ven propicio el llevar a sus mascotas al veterinario solo por sus servicios médicos, por ende, no tienen un estilista para su mascota. Añadiendo la falta de tiempo y el desconocimiento, conllevan a que no entreguen a sus mascotas en manos de profesionales.

A pesar de esto se obtuvo una respuesta favorable de un 51% que estarían dispuestos a contratar los servicios de la estética para mascotas a domicilio así pueden asegurar la calidad y mantener la confianza con el profesional al poder observar el proceso de limpieza y estética que le realizan a su mascota.

Además, se conoció que un 50% lleva a sus mascotas para el servicio de estética en mes y mes y medio que es lo que recomiendan los especialistas para el adecuado cuidado de las mascotas.

CAPÍTULO II

PROPUESTA COMERCIAL

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1 Descripción del Proyecto

Vivipets S.A., es un proyecto enfocado en la estética de mascotas, que se diferencia en otorgar el servicio a domicilio mediante una unidad móvil, la cual brindará el servicio principalmente en la ciudad de Durán y en ciudades cercanas como Guayaquil.

Considerando que actualmente la problemática de los dueños de mascotas, es la falta de tiempo con la que se cuenta para movilizarse a los centros de estéticas, por ende, este proyecto tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y de sus mascotas cuando de estética se trata, con un servicio de calidad y con los más altos estándares de servicio, que le permita al cliente garantizar y asegurar la salud y el trato adecuado de sus mascotas.

Este proyecto está enfocado a prestar un servicio a domicilio, en la comodidad de los hogares de cada cliente, optimizando tiempos de espera, espacios físicos y sobre todo la experiencia que brindan los especialistas de estética, quienes tienen amplio conocimiento de la profesión y lo que necesita cada mascota, proporcionándoles el trato que se merecen y el tratamiento que les corresponde.

2.2 Visión, Misión, valores, Objetivo General, Específicos, Modelo de Negocios

Visión

Convertirse en una solución eficaz, eficiente y de alta calidad en la estética de sus mascotas para los clientes de la Ciudad de Durán.

Misión

Brindar un servicio de estética de mascotas a domicilio, en la comodidad de los hogares de los clientes, optimizando sus tiempos y satisfaciendo sus necesidades con los más altos estándares de calidad y de servicio, preservando la salud de su mascota y por consiguiente la de toda la familia.

Valores

Amor hacia las mascotas, es el mayor aporte del personal.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Empatía que necesitan los colaboradores y los clientes para estar más cerca de sus necesidades.

Solidaridad como el sentido de unidad del equipo de trabajo.

Beneficencia, como la mayor capacidad de generar el bien de los clientes.

Confianza, es clave para mantener la fidelidad de los clientes.

Responsabilidad sobre los compromisos adquiridos con los clientes.

Objetivo General

Prestar un servicio de estética de mascotas a domicilio manteniendo constantemente la innovación y el acercamiento con el cliente.

Objetivos Específicos

- Crecer anualmente en un 5% en ventas.
- Incrementar una unidad móvil cada 5 períodos anuales.
- Capacitar al personal contratado cada año.
- Revisar e implementar anualmente una nueva técnica de corte y lavado.
- Mantener la satisfacción del cliente en al menos un 95%.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Modelo de Negocio Canvas

Gráfico 10: Modelo de Negocio Canvas

Aliados Clave <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de insumos (shampoo, jabón) • Proveedores de equipos (lavadora, secadora) • Proveedores de material quirúrgico • Proveedores de materiales (tijeras, maquina cortadora de pelo, lavacaras, toallas) • Bancos (oficial de crédito) 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> • Lavado y cepillado de mascotas. • Limpieza de oídos • Pelo ocular y lagañas • Despejar huellas • Zona perianal – genital • Corte y limado de uñas • Aplica promociones • Publicidad en redes sociales. 	Propuesta de Valor <p>Servicio de estética de mascotas a domicilio, bajo la garantía de personal profesional capacitado, que permita satisfacer las necesidades del cliente desde la comodidad de su hogar, preservando el bienestar de su mascota y el de su familia.</p>	Relación con el Cliente <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Vía telefónica • Vía WhatsApp • Promociones • Atención personalizada con el cliente 	Segmentos de Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres mayores de edad. • De todos los niveles socio-económicos. • De la ciudad de Durán y ciudades cercanas como Guayaquil.
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Personal profesional • Equipos y/o máquinas • Materiales de trabajo • Insumos • Materiales de aseo • Vehículo 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Vía telefónica • Vía WhatsApp • Local comercial 	
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> • Gastos de sueldos al personal • Gastos de servicios básicos • Gastos de publicidad • Gastos por compra de mercadería • Gastos de mantenimiento vehículo 			Estructura de Ingresos <p>Servicio de estética de mascotas a domicilio con cobro en efectivo y crédito.</p>	

Elaborado: Viviana Mendoza
 Fuente: Investigación de mercado

1) Propuesta de Valor

La propuesta de valor de este proyecto está enfocado al servicio de estética de mascotas a domicilio, bajo la garantía de personal profesional capacitado, que permita satisfacer las necesidades del cliente desde la comodidad de su hogar, preservando el bienestar de sus mascotas y el de su familia.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2) Segmento de Cliente

El segmento de clientes al cual está dirigido la propuesta de valor, está enfocado en personas socioeconómicamente de todos los niveles, debido a que en la actualidad esta actividad se ha convertido en una necesidad. Estos clientes comprenden hombres y mujeres mayores de edad, ubicadas principalmente en la ciudad de Durán.

3) Canales de Comunicación/Distribución

Los canales de comunicación a utilizar para el desarrollo del negocio serán: redes sociales, vía telefónica, vía WhatsApp.

4) Relación con el Cliente

Los medios para mantener la relación constante con el cliente serán: redes sociales, vía telefónica, vía WhatsApp, atención personalizada en el domicilio del cliente.

5) Fuentes de Ingreso

La fuente de ingreso de este proyecto será el servicio de estética de mascotas a domicilio con las siguientes formas de pago: efectivo, crédito.

6) Recurso Clave

Los recursos clave para la puesta en marcha del negocio serán: personal profesional, vehículo, equipos/máquinas, materiales de trabajo, materiales de aseo, insumos, etc.

7) Actividades Claves

La estética de mascotas, cuya actividad finalmente es darle a la mascota una linda y limpia apariencia, contemplando dentro de los servicios lo siguiente: baño, limpieza de oídos, corte de pelo ocular y lagañas, despejar huellas, zona perianal - genital, corte y limado de uñas y como premio a la fidelización del cliente, aplica promociones.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

8) Socios Claves

Los aliados clave del proyecto para la puesta en marcha son: proveedores de insumos, proveedores de equipos/maquinas, proveedores de materiales de trabajo, proveedores de materiales de aseo, proveedores de material quirúrgico, bancos.

9) Estructura de Costos

Los costos en que incurrirá el proyecto correspondiente al giro propio del negocio son: gastos de sueldo de personal, gastos de servicios básicos, gastos de publicidad, gastos de mantenimiento de vehículo, gastos por compra de mercadería.

2.3 Estrategia Genérica, Ventajas Competitivas

Estrategia Genérica

Vivipets S.A., basará su estrategia genérica en la forma que le permita diferenciarse de la competencia, la misma que consiste en un servicio a través de una unidad móvil que contenga todos los implementos y/o herramientas necesarias, tal y como si hubiese acudido al local comercial, con la diferenciación de que el cliente será atendido desde la comodidad de su casa, ahorrando tiempo y dinero y bajo las mayores garantías.

Ventajas Competitivas

Para que un negocio sea competitivo debe permanecer en el tiempo, consolidarse y mantenerse en el mercado. Este proyecto busca innovar constantemente a fin de mostrarse atractivo para el gusto del consumidor, entre las más destacadas están:

- 1) Servicio al cliente. - El mantenerse siempre cerca del cliente y conocer sus inquietudes y necesidades, hace que este proyecto se encuentre en constante innovación y extienda su brecha de oportunidades, para estar lo más próximo a ofrecer lo que el cliente necesita.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

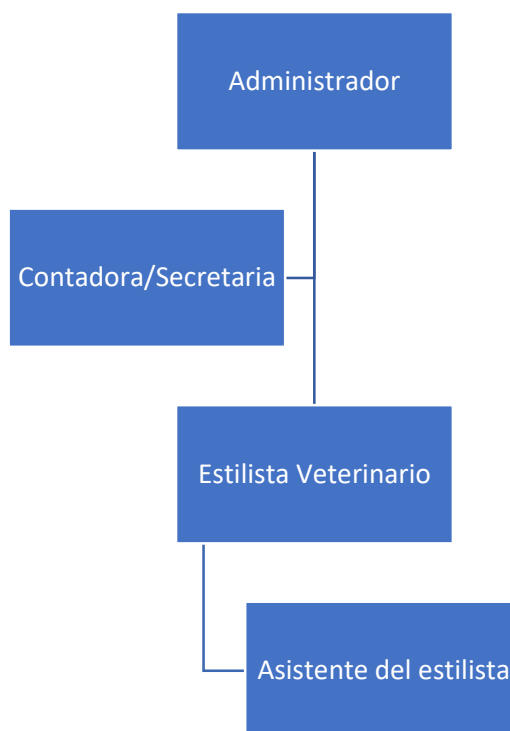
2) El Personal. – El propósito primordial de este negocio es ofrecer un servicio personalizado con profesionales capacitados, que conozcan con exactitud las diferentes razas existentes y los tratamientos adecuados por cada una de ellas, que le permita al cliente tener la garantía y la confiabilidad de entregar sus mascotas a las mejores manos.

3) La distribución. – Entregar el servicio que se ofrece al cliente, en la forma, en el tiempo y en el lugar que le conviene al cliente, permite a este proyecto construir su propuesta de valor.

2.4 Organigrama

Vivipets S.A., estará conformada inicialmente por el Administrador que será la dueña de esta empresa.

Gráfico 11: *Organigrama*



Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tendrá una contadora que a la vez se encargará de receptar y agendar a los clientes. Como inicia con una furgoneta empleará a un estilista veterinario quien se encargará del corte, baño y servicios para las mascotas y éste a su vez tendrá un asistente.

2.5 Plan de Marketing

a. Contexto general del mercado:

Este plan de negocio está inmerso en un mercado actual, en donde se ha hecho del aseo y cuidado de las mascotas, un oficio que se lo ha llevado de las manos propias del dueño hacia las manos del profesional, cumpliendo así, en ambos casos, con el Código Ambiental que reconoce a los animales como sujetos de derecho.

Esta normativa es la que ha promovido la creación de estos centros de atención de mascotas, que ofrecen no sólo servicios de salud veterinaria, sino además servicios de estética, el mismo que incluye: baño, cepillado, limpieza de oídos, pelo ocular y lagañas, despejar huellas, zona perianal – genital, corte y limado de uñas.

Por otra parte, el servicio de estética de mascotas a domicilio le da solución a esta necesidad, ya que actualmente existen muchos centros de atención para mascotas, en donde el cliente debe acudir de manera personalizada, sometiéndose a la espera de turnos, aglomeraciones con más personas y más mascotas que terminan causando malestar en el cliente.

En la actualidad en el País, a pesar que existen algunos negocios que brindan el servicio de la estética para mascotas, no existe ninguno que tenga esta particularidad de utilizar una unidad móvil para llegar a los domicilios y poder ahorrar el tiempo del cliente y brindarle confiabilidad del buen trato que recibirá la mascota ya que el dueño podrá observar el proceso que se realiza.

Se considera que el alto índice de mascotas callejeras ha promovido campañas para la tenencia responsable de mascotas, que han logrado la

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

concientización por parte de los dueños de mascotas, siendo esto favorable tanto para cliente como para el negocio, permitiendo así, afianzar la relación entre ambos, en donde el cliente pueda mostrar su grado de satisfacción y el negocio pueda consolidarse y posicionarse en el mercado.

b. Perfil del Cliente:

El cliente es el hombre y mujer mayor de 18 años, que posee una mascota en su hogar y que por sus múltiples actividades y/o responsabilidades, requiere ayuda profesional de una estética de mascotas a domicilio, con el fin de optimizar su tiempo y a la vez garantizar la salud de su mascota y la de su familia.

El cliente es de todos los niveles socioeconómicos que se encuentren domiciliados en la ciudad de Durán y en las ciudades cercanas como Guayaquil, generalmente concientizados en la tenencia responsable y en los factores importantes al decidir tener una mascota tales como: la condición económica, la condición física, el tiempo y el entorno.

Al cliente le gusta que su mascota reciba el trato adecuado, por lo que es de vital importancia que deposite su confianza en personal profesional capacitado, que sus mascotas sean entregadas con moños y corbatines decorativos que las embellezcan y que el servicio ofrecido sea innovador, que las técnicas de estética empleadas vayan acorde al tipo de raza y tamaño de su mascota. También le gusta hacer uso de herramientas dinámicas que les facilite agendar sus citas por internet y que su fidelización sea premiada a través de promociones.

c. Estrategia de Producto:

El proyecto consiste en ofrecer sus servicios en los domicilios de los clientes, con personal profesional capacitado, para esto, cuenta con una unidad móvil con todos los insumos, implementos y materiales necesarios para poder realizar el servicio de estética de mascotas.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

El proceso inicia con la solicitud del servicio por parte del cliente, donde indica fecha y hora de atención, la secretaria hará la toma del pedido y lo confirmará según programación de agenda del servicio.

La atención personalizada, se llevará a cabo en una furgoneta móvil diseñada o adecuada con una bañera de acero inoxidable, una mesa para el secado y corte de pelo y todos los implementos necesarios como las adaptaciones necesarias para el almacenamiento de agua al igual las conexiones eléctricas para que se pueda obtener el uso de utensilios eléctricos como el secador, así como mantener el agua temperada para que la mascota pueda disfrutar y relajarse.

El personal profesional realizará el respectivo baño y demás servicios que incluyen el servicio de estética; en la comodidad del hogar del dueño de la mascota, con la finalidad de ahorrarle tiempo, dinero y a la vez éste pueda evidenciar el cumplimiento de su requerimiento, obteniendo su satisfacción y poder garantizar el servicio.

Los servicios que brinda Vivipets S.A., son:

Baño de mascotas común: Primero se trata de adaptar a la mascota al ambiente, se tempera el agua según el caso, y luego se baña utilizando productos especializados para la raza, y al final se procede al secado y peinado. Se estima un aproximado de 25 minutos el brindar el servicio (baño 10 minutos, secado 10 minutos y peinado 5 minutos).

Baño de mascotas medicado: es un proceso similar al baño común solo que se utiliza productos para solucionar algún problema específico que tenga la mascota como puede ser la utilización de un shampoos hipoalergénica o para controlar los ectoparásitos, antisépticos, anti pulgas, etc. según la necesidad de la mascota. Este servicio se estima que dure el proceso 35 minutos (baño 20 minutos, secado 10 minutos y peinado 5 minutos).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Corte de pelo con estilo más corte y limado de uñas: este proceso es dependiendo la raza de la mascota y de la preferencia de los clientes en mantener a sus mascotas hermosas. La duración del proceso es de 15 minutos.

Combo básico: consiste en un baño con shampoo cosmético, corte básico, corte y limado de uñas y limpieza de oídos. La duración de este producto es de 45 minutos (baño 10 minutos, secado 10 minutos corte y peinado básico 10 minutos, limpieza de oído y corte de uñas 15 minutos).

Combo de baño: Comprende en la extracción del pelaje muerto, baño con shampoo hipoalergénico o para controlar ectoparásitos, corte y limado de uñas, limpieza y depilación de oídos, cepillado dental y extirpación de la glándula perianal. La duración aproximada es de 60 minutos (baño 20 minutos, secado 10 minutos extracción del pelaje mediante un peine especializado 5 minutos, corte y limado de uñas 5 minutos, limpieza y depilación de oídos 5 minutos, cepillado dental 5 minutos y extirpación de glándula perianal 10 minutos).

Servicio completo: incluye corte con estilo de acuerdo a la raza, baño con shampoo hipoalergénico o para controlar ectoparásitos, corte y limado de uñas, limpieza y depilación de oídos, cepillado dental y extirpación de la glándula perianal. La duración de este servicio es de aproximado 95 minutos (baño 20 minutos, secado 10 minutos, corte con estilo 25 minutos, corte y limado de uñas 15 minutos, limpieza y depilación de oídos 10 minutos, cepillado dental 5 minutos y extirpación de glándula perianal 10 minutos).

Al final de los procesos para brindar un servicio diferenciado y hacer lucir mejor a la mascota se le colocará lazos o corbatines, o en algunos casos se los premiará con snack dependiendo de la raza.

Los tiempos son estimados ya que siempre dependerá de la raza y del comportamiento de la mascota.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

d. Estrategia de Precio:

La estética de mascotas incluye los siguientes servicios:

Tabla 11: *Estrategia de precio*

Servicio	Precio
Baño común	\$15
Baño Medicado	\$30
Corte de Pelo con estilo + corte y limado de uñas	\$20
Combo básico	\$20
Combo de baño	\$30
Servicio completo	\$40

Elaborado: Viviana Mendoza

Fuente: Investigación de mercado

Estos precios son válidos con pagos en efectivos como también puede variar dependiendo de la raza de la mascota. Dichos precios se han estipulado considerando no solo los costos que conllevan, sino tomando en cuenta que es negocio nuevo en el mercado y la competencia que existe en el sector.

Además, Vivipets S.A., realizará promociones en fechas especiales como el día de la mascota, aniversario de la compañía, etc.

e. Estrategia de Distribución:

Este negocio se desarrolla en la ciudad de Durán, con cobertura a las ciudades cercanas como Guayaquil.

Su actividad potencial es prestar el servicio de estética a domicilio, donde el cliente podrá tener el privilegio de recibir este servicio en la comodidad de su hogar, ahorrando tiempo y dinero.

También empleará el e-commerce, que le permita al cliente realizar transacciones mediante una plataforma electrónica para hacer sus reservas en línea y contará con redes sociales que le facilite la interacción con el cliente.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

f. Estrategia de Promoción:

Para mantener comunicado al cliente de los diferentes descuentos y promociones, este negocio cuenta con publicaciones en redes sociales que le permitan al cliente mantenerse actualizado y aprovecharlos para su mayor beneficio.

Se premiará a la fidelidad del cliente que constantemente cumpla con los cuidados e higiene de su mascota de manera consecutiva, así como también podrán aplicar a los descuentos y promociones por feriados y aniversario de la empresa.

Están sujetos a estos descuentos también los tratamientos medicados utilizados por el centro estético y que se encuentran disponibles para la venta. Se regalarán u obsequiarán los implementos de belleza estética, como moños, corbatines, faldas, faldones y banderas a los clientes cuyas mascotas cumplan con un programa de cuidado e higiene. Se empleará también estrategias de promoción a base de concursos, campañas por correo y buzoneo que permita la captación oportuna de clientes.

g. Estrategia de Personas:

Este plan de negocios se desarrolla con los conocimientos de personal profesional capacitado que garantice al cliente que su mascota se encuentra en las mejores manos y con personal eficiente que posee la capacidad de cumplir la tarea asignada.

El personal demuestra confiabilidad de desempeño en todos sus procesos, lo que permite al cliente fidelizarse con el negocio, garantizar su trabajo y recomendarlo a otros clientes. Este negocio se enfoca hacia una actitud de mejoramiento de su personal, lo que le permite asociar con mejoras en el rendimiento de cada uno de sus colaboradores. El personal muestra puntualidad y responsabilidad al trabajo asignado, afronta sus acciones de la manera más positiva e integral, lo que permite mostrarse servicial en el momento que el cliente lo necesite.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para mejores resultados y estar siempre firmes en el fiel cumplimiento al cliente, este plan de negocios evaluará constantemente a su personal de trabajo, en conocimientos, actitud y rendimiento.

h. Procesos:

La puntualidad debe ser uno de los principales fundamentos al momento de ir a atender a un cliente, conocer con exactitud su punto de ubicación, así mismo, como disponer de los productos o artículos que el cliente solicita para su mascota. Entrenar al personal que cumpla con los requerimientos de la empresa y solicitudes del cliente, empleados que estén comprometidos con el cuidado y el bienestar de la mascota, ofreciendo los mejores servicios y atenciones que ésta requiera. Ofrecer productos de calidad que cuiden la piel, tengan efectos prolongados y duraderos para el tratamiento solicitado; productos que generen una ganancia al emprendimiento sin afectar la salud de nuestros clientes (mascotas).

i. Estrategia de Evidencia Física:

El personal debe estar capacitado para todo tipo de actividades, sabiendo que deben ofrecer un buen trato, cero stress y comodidad a la mascota. Indicar al propietario para que sirve cada producto aplicado y su función. Los empleados deben utilizar uniformes anti fluidos con el logotipo de la empresa o emprendimiento al que pertenecen. Así también entregar como formalidad tarjetas de presentación que incluyan la información del servicio estético veterinario (correo electrónico, número de teléfono, dirección).

Las actividades como: baño, corte de uñas, corte de pelo, etc., serán realizados en la móvil pet, vehículo que estará equipado con el mejor de los ambientes para que la mascota se sienta cómoda y feliz, manteniendo una buena iluminación que permita al pet groomer, además de la comodidad, visualizar el trabajo que está realizando. Además, el pet móvil será decorado con colores que llamen la atención de la mascota y los haga sentirse como en casa.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.6 Plan de acción

Tabla 12: Plan de acción Crecer anualmente en un 5% en ventas en comparación al año anterior.

INCREMENTAR ANUALMENTE EN UN 5% EN VENTAS EN COMPARACION AL AÑO ANTERIOR						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA	FIN	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
<i>¿Cómo?</i>	<i>¿Por qué o para qué?</i>		INICIO			<i>¿Cómo vamos a medir?</i>
CAPACITAR PERMANENTEMENTE A AL PERSONAL DE VENTAS	IMPULSAR LAS VENTAS	VM/ML	2/1/2023	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMP., MATERIALES, SALA	VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
INNOVAR CONSTANTEMENTE EN EL SERVICIO Y/O PRODUCTO	ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES	ML/AG	1/3/2023	PERMANENTE	\$	% SATISFACCIÓN, # CLIENTES SATISFECHOS
CAPTAR CLIENTES NUEVOS	AUMENTAR LA CARTERA DE CLIENTES	ML	2/1/2023	1/3/2023	\$, PUBLICIDAD	# CLIENTES FIDELIZADOS
APLICAR ASESORIAS, PROMOCIONES Y DESCUENTOS	GENERAR VENTAS	AG	JUNIO	JULIO	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMP., MATERIALES, SALA	# VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS
ACTUALIZAR O RENOVAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD	MANTENER AL DÍA AL CLIENTE DE TODOS LOS SERVICIOS QUE OFRECE	RL	2/1/2023	1/12/2023	\$, TIEMPO, REDES SOCIALES, PUBLICISTA	# LIKES, # DE ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN

Elaborado: Mendoza Viviana
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 13: Plan de acción Incrementar una móvil cada cinco períodos anuales.

INCREMENTAR UNA UNIDAD MOVIL CADA CINCO PERIODOS ANUALES						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA	FIN	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO			¿Cómo vamos a medir?
ELABORAR UN PLAN DE RETENCIÓN DE CLIENTES	CUBRIR CON TODOS LOS PEDIDOS DE CLIENTES	VM/ML	1/10/2027	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMPUTACIÓN, PUBLICIDAD	% CLIENTES FIDELIZADOS
MANTENER PRESUPUESTO DE COMPRA	CUMPLIR CON LA COMPRA	ML/AG	1/10/2027	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, PROVEEDORES	\$ COSTO
SOLICITAR CRÉDITO BANCARIO	FINANCIAR LA COMPRA	ML	2/1/2028	1/3/2028	\$	\$
EXPANDIR ÁREA DE COBERTURA DE CLIENTES	AMPLIAR CARTERA CLIENTES	VM/ML	1/12/2027	30/12/2027	PUBLICIDAD	% INCREMENTO DE CLIENTES
EVIDENCIAR INCREMENTO DE CLIENTES	JUSTIFICAR LA NECESIDAD	AG	JUNIO	JULIO	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMPUTACIÓN	# VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS

Elaborado: Mendoza Viviana
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 14: Plan de acción Capacitar personal contratado cada año.

CAPACITAR PERSONAL CONTRATADO CADA AÑO						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA INICIO	FIN	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?					¿Cómo vamos a medir?
MANTENER PRESUPUESTO ANUAL DE CAPACITACIÓN	CUMPLIR CON EL PLAN DE CAPACITACIÓN ANUAL	VM/ML	2/1/2023	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMPUTACIÓN	\$ GASTO CAPACITACIÓN
APROBACIÓN DE PRESUPUESTO	CUMPLIR CON EL PLAN DE CAPACITACIÓN ANUAL	ML/AG	1/3/2023	PERMANENTE	\$, FACILITADOR	\$ GASTO CAPACITACIÓN
LANZAR PLAN DE CAPACITACIÓN	MANTENER CONSTANTEMENTE AL PERSONAL CAPACITADO	ML	2/1/2023	1/3/2023	\$	% ALTO EN EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO
CUMPLIR CON EL PLAN DE CAPACITACIÓN	INNOVAR CONSTANTEMENTE EL SERVICIO	AG	JUNIO	JULIO	\$	# CLIENTES FIDELIZADOS
VALIDAR RESULTADOS DE CAPACITACIÓN	CUMPLIR SATISFACTORIAMENTE CON EL CLIENTE	RL	2/1/2023	1/12/2023	FACILITADOR, EQUIPO COMPUTACIÓN	# VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS

Elaborado: Mendoza Viviana
Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 15: Plan de acción revisar e implementar anualmente una nueva técnica de corte y lavado

REVISAR E IMPLEMENTAR ANUALMENTE UNA NUEVA TÉCNICA DE CORTE Y LAVADO						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	FECHA INICIO	FIN	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?
ACTUALIZAR CONSTANTEMENTE EL SERVICIO MANTENER EL PERSONAL CAPACITADO CONOCER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE APLICAR ASESORIAS	IMPULSAR LAS VENTAS	VM/ML	2/1/2023	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMP., MATERIALES, SALA	\$, VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
	ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES	ML/AG	1/3/2023	PERMANENTE	\$	% SATISFACCIÓN, # CLIENTES SATISFECHOS
	SATISFACER SUS REQUERIMIENTOS	ML	2/1/2023	1/3/2023	\$, PUBLICIDAD	# CLIENTES FIDELIZADOS
	FIDELIZAR AL CLIENTE	AG	JUNIO	JULIO	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMP., MATERIALES, SALA	# VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS
ESTUDIAR EL MERCADO COMPETIDOR	COLOCAR EL NEGOCIO DE MANERA COMPETITIVA	RL	2/1/2023	1/12/2023	\$, TIEMPO, REDES SOCIALES, PUBLICISTA	VOLUMEN DE VENTAS

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 16: Plan de acción mantener la satisfacción del cliente en al menos un 95%

MANTENER LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN AL MENOS UN 95%						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	FECHA	FIN	RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO			¿Cómo vamos a medir?
CUMPLIR A CABALIDAD CON LOS PEDIDOS DE CLIENTES	FIDELIZAR CLIENTES	VM/ML	2/1/2023	PERMANENTE	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMP., MATERIALES, SALA	\$ VENDIDOS, % INCREMENTO EN VENTAS
INNOVAR CONSTANTEMENTE EN EL SERVICIO/PRODUCTO	ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES	ML/AG	1/3/2023	PERMANENTE	\$	# CLIENTES FIDELIZADOS
CONOCER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE	CUMPLIR CON SUS REQUERIMIENTOS	ML	2/1/2023	1/3/2023	\$, PUBLICIDAD	% SATISFACCIÓN, # CLIENTES SATISFECHOS
APLICAR ASESORIAS, PROMOCIONES Y DESCUENTOS	GENERAR VENTAS	AG	JUNIO	JULIO	\$, FACILITADOR, EQUIPO COMP., MATERIALES, SALA	# VENTAS CERRADAS, \$ VENDIDOS, # PROGRAMAS, % INCREMENTO EN VENTAS
ACTUALIZAR O RENOVAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD	MANTENER AL DIA AL CLIENTE DE TODOS LOS SERVICIOS QUE OFRECE	RL	2/1/2023	1/12/2023	\$, TIEMPO, REDES SOCIALES, PUBLICISTA	# LIKES, # DE ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN

Elaborado: Mendoza Viviana
Fuente: Investigación de mercado

CAPÍTULO III

ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.1 Principales Supuestos Financieros

Según el diario Primicias, en su publicación del 20 de agosto de 2022, menciona que a nivel mundial se ha desatado una crisis inflacionaria debido a la pandemia del COVID-19 que se ha atravesado, adicionando la guerra entre Rusia y Ucrania, ha significado un aumento del 65% de los precios a escala mundial entre el 2020 al 2021. El Banco de inversiones estadounidense Morgan Stanley indicó para dicho diario que, en el 2022 se llegaría al pico máximo de aumento de los precios lo cual, es un grave riesgo para la recuperación de la economía mundial.

Además, el diario enunció, que Ecuador está en el grupo de países que registran niveles de inflación relativamente altas de entre 5% a 30%. Los precios de los alimentos de Ecuador subieron 7.7% en julio de 2022 frente a igual mes de 2021.

A pesar de esto, existe una proyección alentadora de parte del Banco de Inversiones Morlan Stanley, que los precios podrían moderarse en el 2023. Las razones que están detrás de esta proyección son:

- Impulso a las inversiones y a la producción de los agricultores para aprovechar el buen momento de precios. A la larga un aumento de la demanda hará que bajen los precios.
- La normalización del clima.
- Un escenario potencial que apunta a aliviar las tensiones entre Rusia y Ucrania. (Primicias, 2022)

Con esta alentadora proyección, además de las últimas cifras económicas del país indican que, entre este último mes, ha existido una disminución del 0.2% de inflación, debido a aquello para el proyecto como supuesto, se considerará una disminución de 10% anual tomando el porcentaje de inflación del mes de julio que es del 3.10%, según datos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC).

En cuanto al salario mínimo unificado en el 2022, se encuentra en \$425,00, y conociendo la promesa de campaña del actual presidente, que fue el de aumentar

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

en \$450,00 en su período de gobierno, es que se estima como referente un incremento anual del 1% en sueldos a partir del año 2.

Y finalmente con respecto a las ventas Vivipets S.A., se ha proyectado con un incremento del 5% anual, contados a partir del segundo año.

Tabla 17: *Principales Supuestos Financieros*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada	3%	2,79%	2,51%	2,26%	2,03%
Salarios básicos proyectados					
	425,00	429,25	437,84	450,97	469,01
Incremento anual de sueldos		1%	2%	3%	4%
Comportamiento de la demanda esperada		0,42%	0,83%	1,25%	1,67%
Comportamiento de los gastos		3%	3%	2%	2%

Elaborado: Viviana Mendoza
Fuente: Investigación de mercado

3.2 Financiamiento del Proyecto

La puesta en marcha del proyecto, requiere de una inversión por \$47.087,00; y será financiado el 50% por recursos internos, es decir, la propietaria aportará con el valor de \$23.543,50; mientras que la diferencia será con recursos externos, mediante un préstamo bancario concedido al 15.6% de interés anual capitalizable mensualmente a un plazo de 5 años, este préstamo será otorgado mediante la Institución Financiera Banco del Pichincha mediante su producto préstamo multipropósito.

Los valores por dividendos e interés son los siguientes:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 18: Proyección de Préstamo

Períodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$3.438,43	\$2.873,10	\$2.212,99	\$1.442,21	\$542,21
Capital Pagado		\$3.372,06	\$3.937,39	\$4.597,50	\$5.368,28	\$6.268,28
Dividendos		\$6.810,49	\$6.810,49	\$6.810,49	\$6.810,49	\$6.810,49
Saldo	\$23.543,50	\$20.171,44	\$16.234,05	\$11.636,56	\$6.268,28	\$0,00

Elaborado: Mendoza Viviana
Fuente: Investigación de mercado

Para el funcionamiento del proyecto, se adquirirá una furgoneta la cual se le acoplará todo lo necesario para poder brindar el servicio como son: las conexiones a los tanques de agua y al generador, así como también se instalará bañera, la mesa para el corte de pelo de la mascota y los anaqueles para poder mantener los suministros y equipos en buen estado.

Con el fin de mantener el orden de las solicitudes y manejar adecuadamente la contabilidad, se arrendará una pequeña oficina y se adquirirá el mobiliario y el equipo de cómputo para que el empleado pueda ejercer su trabajo.

También se incluyen, los valores de creación de la empresa SAS, como el pago a los abogados para las escrituras de constitución, pago de impuestos como patente y permisos de funcionamiento.

Otro rubro a considerar, es la adquisición de las herramientas a emplear como tijeras profesionales, secadoras de pelo especializadas para la mascota entre otros.

Por lo tanto, en detalle de la inversión queda de la siguiente manera:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 19: *Inversión Inicial*

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	1. ACTIVO			
CAPITAL DE TRABAJO	CORRIENTE	1	11000	\$11.000,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS			
	ACTIVOS	1	200	\$200,00
Computador	EQUIPO DE CÓMPUTO	1	700	\$700,00
Impresora	EQUIPO DE CÓMPUTO	1	300	\$300,00
Escritorio	MUEBLES Y ENSERES	1	250	\$250,00
Silla	MUEBLES Y ENSERES	1	100	\$100,00
Furgoneta	VEHÍCULO	1	23000	\$23.000,00
Adaptaciones y conversiones automotriz	INSTALACIONES	1	10000	\$10.000,00
Bañera	INSTALACIONES	1	1200	\$1.200,00
Mesa para corte	INSTALACIONES	1	125	\$125,00
Máquinas de Corte	MAQUINARIA	1	102	\$102,00
Secadora	MAQUINARIA	1	110	\$110,00
INVERSIÓN TOTAL				47.087,00

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

Por último, se incluyó el efectivo para la adquisición de implementos para brindar el servicio, así como para el aseo y valores a cancelar de los tres primeros meses incluyendo imprevistos.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 20: *Inversión Capital de Trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Juego de Tijeras Profesional	136
Máquinas de Corte	102
Secadora	110
Uniformes anti fluidos	152
Suministros reutilizables (peines, toallas, etc.)	240
Suministros desechables (guantes, gasas, shampoos, solución salina, etc.)	420
Artículos de limpieza	630
Primer sueldo	5.400
Imprevistos	3.810
TOTAL	11.000

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

3.3 Análisis de Estados Financieros

En la Ciudad de Durán, según el último Censo Nacional realizado en el 2010, indica que existen 65.819 mascotas, por lo que Vivipets S.A., evidenciando mediante encuesta en la cual resultó que el 51% están interesados en el servicio a domicilio tendría una demanda esperada por año como se muestra en el gráfico 20:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 21: *Demanda esperada en unidades por productos*

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Baño común	758	1.212	1.290	1.449	1.719
Baño Medicado	336	540	540	618	762
Corte de pelo con estilo	336	540	540	618	762
Combo básico	172	276	276	276	276
Combo baño	127	204	204	204	204
Servicio completo	548	888	966	1.110	1.332
	2.277	3.660	3.816	4.275	5.055

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

Se pretende llegar al año 5 con 5.055 Clientes (mascotas) que estaría cubierto por los especialistas laborando las 8 horas diarias con sus días de descanso, laborando horas extras en fechas especiales como el día del perro, del gato, navidad, etc. El detalle de la información expresada en la tabla 16 se encuentra reflejada en el anexo No.2.

En cuanto a los precios de venta se ha estipulado valores similares a la competencia sobre todo por ser un negocio nuevo y así captar clientes y fomentar la marca del servicio. Se ha proyectado un incremento en el precio cada 2 años en un 2% anual, por lo que quedarían de la siguiente manera:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 22: Precios proyectados

OFERTA					
PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Baño común	15,00	15,00	15,30	15,30	15,61
Baño Medicado	30,00	30,00	30,60	30,60	31,21
Corte de pelo con estilo	20,00	20,00	20,40	20,40	20,81
Combo básico	20,00	20,00	20,40	20,40	20,81
Combo baño	30,00	30,00	30,60	30,60	31,21
Servicio completo	40,00	40,00	40,80	40,80	41,62

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

En cuanto a las ventas proyectadas dentro de los 5 años de estudio de cada uno de los productos, se puede observar que en el año primero se estima la venta de un total de 57.340 servicios, en el segundo año asciende a 92.340; en el año tres a 98.563, mientras que en el cuarto año asciende a un total de 110.849, y culminando al quinto año con un total de 134.008 servicios brindados.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 23: Ventas Proyectadas

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Baño común	11.370,00	18.180,00	19.737,00	22.169,70	26.826,71
Baño Medicado	10.080,00	16.200,00	16.524,00	18.910,80	23.783,54
Corte de pelo con estilo	6.720,00	10.800,00	11.016,00	12.607,20	15.855,70
Combo básico	3.440,00	5.520,00	5.630,40	5.630,40	5.743,01
Combo baño	3.810,00	6.120,00	6.242,40	6.242,40	6.367,25
Servicio completo	21.920,00	35.520,00	39.412,80	45.288,00	55.432,51
TOTAL	57.340,00	92.340,00	98.562,60	110.848,50	134.008,72

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

El detalle de la información expresada en la tabla 18 se encuentra reflejada en el anexo No.3.

Mientras que los costos anuales por productos incluyendo todos los implementos necesarios para brindar un servicio eficiente y de calidad ascienden:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 24: *Costos proyectados*

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Baño común	4.337,82	6.335,94	6.804,70	7.684,70	9.144,60
Baño Medicado	3.077,41	4.303,37	4.389,35	4.966,76	5.994,57
Corte de pelo con estilo	2.280,22	3.008,12	3.067,84	3.409,60	3.999,83
Combo básico	2.362,67	3.132,59	3.192,93	3.265,67	3.336,23
Combo baño	2.312,12	3.051,51	3.109,92	3.180,62	3.249,04
Servicio completo	8.251,42	12.815,96	14.120,29	16.487,74	20.208,86
TOTAL	22.621,66	32.647,50	34.685,03	38.995,09	45.933,14

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

El detalle de la información expresada en la tabla 19 se encuentra reflejada en el anexo No.4.

Con respecto a los gastos operacionales proyectados, se consideró aquellos gastos con los que el negocio puede operar, como son: los sueldos del personal administrativo, alquiler de la oficina, servicios básicos, publicidad, capacitación, suministros de oficina de limpieza entre otros, como se observa:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 25: Gastos Operacionales Proyectados

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	22.490,64	22.715,55	23.169,86	23.864,95	24.819,55
LIMPIEZA	900,00	925,11	948,34	969,77	989,50
SERVICIOS BÁSICOS	300,00	308,37	316,11	323,26	329,83
PUBLICIDAD	300,00	308,37	316,11	323,26	329,83
CAPACITACIÓN	500,00	513,95	526,86	538,76	549,72
PERMISOS					
FUNCIONAMIENTO	350,00	359,77	368,80	377,13	384,80
SUMINISTROS DE					
OFICINA	240,00	246,70	252,89	258,61	263,87
MANTENIMIENTO DE					
VEHICULO	250,00	256,98	263,43	269,38	274,86
INTERNET	180,00	185,02	189,67	193,95	197,90
ALQUILER DE OFICINA	960,00	986,78	1.011,56	1.034,42	1.055,46
TOTAL	26.470,64	26.806,59	27.363,63	28.153,50	29.195,32

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

Con los datos expuestos, se obtienen los siguientes resultados proyectados a 5 años

El detalle de la información expresada en la tabla 20 se encuentra reflejada en el anexo No.5.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 26: Estados Financieros

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
	0	1	2	3	4	5
Ventas		57.340,00	92.340,00	98.562,60	110.848,50	134.008,72
- Costo de Ventas		22.621,66	32.647,50	34.685,03	38.995,09	45.933,14
Utilidad Bruta en Ventas		34.718,34	59.692,50	63.877,57	71.853,41	88.075,59
- Gastos desembolsables		26.470,64	26.806,59	27.363,63	28.153,50	29.195,32
- Gastos no desembolsables		793,50	593,50	593,50	565,73	565,73
Utilidad Operacional		7.454,20	32.292,40	35.920,45	43.134,19	58.314,54
- Gastos financiamiento		3.438,43	2.873,10	2.212,99	1.442,21	542,21
+/- Ing./Eg. No operacionales		-	-	-	-	-
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		4.015,77	29.419,31	33.707,46	41.691,98	57.772,33
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		602,37	4.412,90	5.056,12	6.253,80	8.665,85
Utilidad antes de Impuesto Renta		3.413,41	25.006,41	28.651,34	35.438,18	49.106,48
- 25% Impuesto Renta		853,35	6.251,60	7.162,84	8.859,55	12.276,62
Utilidad antes de Reserva Legal		2.560,05	18.754,81	21.488,51	26.578,64	36.829,86
- 10% Reserva Legal		256,01	1.875,48	2.148,85	2.657,86	3.682,99
Utilidad del ejercicio		2.304,05	16.879,33	19.339,65	23.920,77	33.146,88
+ Gastos no desembolsables		793,50	593,50	593,50	565,73	565,73
+ Reserva Legal		256,01	1.875,48	2.148,85	2.657,86	3.682,99
+ Deudas no pagadas en el periodo		1.455,72	10.664,50	12.218,95	15.113,34	20.942,47
- Deudas pagadas			-	-	-	-
- Amortización (cap. pagado)			1.455,72	10.664,50	12.218,95	15.113,34
+ Valor en Libros (si se vende)		3.372,06	3.937,39	4.597,50	5.368,28	6.268,28
Inversión	-					
Préstamo a largo plazo	47.087,00					
Flujo de Caja	23.543,50					
	23.543,50	1.437,22	24.619,70	19.038,96	24.670,47	36.956,44

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Con los supuestos antes explicados, los resultados que proyectaría Vivipets, serían; en el primer año se obtendrá una utilidad por \$2.304, para el segundo año se comenzaría a ver un incremento en la utilidad ascendiendo a \$16.879, en el tercer año se obtendría \$19.339, en el cuarto año \$23.921 y culminando el quinto año con una utilidad por \$33.147. Estos resultados positivos serán gracias a las arduas campañas de publicidad para captar nuevos clientes, por lo cual se demostrará la calidad del servicio y la comodidad que puedan obtener los clientes mediante el servicio a domicilio.

De igual manera se puede evidenciar en la tabla 21, que se tendrá un flujo de caja positivo en el primer año por \$1.437, mientras que en el segundo año en el que se aumenta el precio de venta termina con un flujo por el valor de 24.620, en el tercer año termina con un flujo positivo de \$19.039, mientras que en el año cuatro donde se vuelve a incrementar el precio de venta sube a 34.670 y termina en el año cinco con \$36.956 de flujo de caja, en el que se puede considerar reinvertir en una nueva furgoneta para cumplir la meta propuesta en este plan de negocios.

En lo que se refiera al Estado de Situación Inicial que se muestra en la tabla 27, se observa que el efectivo tiene un incremento a un buen nivel, por lo que el negocio se maneja con cobros en efectivo y mediante tarjeta que son liquidez inmediata, las cuentas por pagar va disminuyendo debido a los pagos oportunos que realizará la empresa. A final del año cinco obtendrá una utilidad de \$95.591 a repartir a su accionista por lo que se observa un buen rendimiento del negocio que se logra por la ardua campaña de publicidad para la captación de clientes y por la confianza del profesionalismo que mostrarán los especialistas.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 27: Estado de Situación Inicial

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
	1	2	3	4	5	
EFFECTIVO	11.200,00	12.637,22	37.256,92	56.295,89	80.966,36	117.922,80
A/F NETOS	35.887,00	35.093,50	34.499,99	33.906,49	33.340,77	32.775,04
ACTIVOS	47.087,00	47.730,72	71.756,92	90.202,38	114.307,13	150.697,84
CTAS.DOC. X PAGAR	1.455,72	10.664,50	12.218,95	15.113,34	20.942,47	
PRÉSTAMO BCARIO.	23.543,50	20.171,44	16.234,05	11.636,56	6.268,28	-
PASIVOS	23.543,50	21.627,16	26.898,55	23.855,51	21.381,62	20.942,47
CAPITAL SOCIAL	23.543,50	23.543,50	23.543,50	23.543,50	23.543,50	23.543,50
RESERVA LEGAL	256,01	2.131,49	4.280,34	6.938,20	10.621,19	
UTILIDADES RETENIDAS	2.304,05	19.183,38	38.523,03	62.443,81	95.590,68	
PATRIMONIO	23.543,50	26.103,55	44.858,36	66.346,87	92.925,51	129.755,37
PASIVOS + PATRIMONIO	47.087,00	47.730,72	71.756,92	90.202,38	114.307,13	150.697,84

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

3.4 Evaluación del Proyecto

Vivipets S.A., con los resultados proyectados y para conocer si la ejecución de este proyecto es rentable ha ejecutado las funciones financieras como el VAN, el TIR y el PAYBACK, con lo que ha concluido que, si es un negocio rentable, debido a que se obtuvo un TIR del 57% que sería la rentabilidad del negocio. Con respecto al VAN que resultó positivo e indica que a la fecha presente el proyecto equivale a \$36.740. Y para concluir la certificación de que es un buen proyecto se conoce que la inversión se recuperará en 2 años 5 meses.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 28: Indicadores

TIR	57%
VAN	\$ 36.739,91
PAYBACK	2 años 5 meses

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

3.5 Ratios Financieros

En términos generales con los ratios financieros calculados del plan de negocio Vivipets, se puede evidenciar que es un negocio rentable, y que en general los índices muestran un incremento financieramente hablando, de los que se puede destacar que a se tiene la suficiente liquidez para cubrir sus deudas a corto y largo plazo; es decir que la empresa al quinto año tendrá por cada dólar en deuda, cinco dólares para poder cubrir dicha deuda. En cuanto al capital de trabajo en el año cinco sería de \$96.980.

La rotación del activo total, indica que los activos a pesar de tener la facilidad para producir ventas, va en disminución por lo que se deberá tomar en cuenta en futuras decisiones con respecto al efectivo que está inactivo, en lugar de producir incrementos en ventas o algún rendimiento extra.

En cuanto al endeudamiento, se podrá cumplir con el programa de pagos por lo que disminuye su índice, por lo tanto, el índice leverage total, confirma que al quinto año el negocio es netamente del propietario.

De igual manera las ventas cubren el endeudamiento por lo que el índice de cobertura pasivo financiero va en disminución. Mientras que la cobertura del gasto financiero va en aumento indicando que la utilidad operacional cubre el gasto financiero.

Con respecto al margen bruto, operativo y neto, mantiene un incremento ligero, pero demuestra que el proyecto tiende a ir mejorando sus ventas. Y para

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

finalizar el ROA y ROE indican que a pesar que el primer año es negativo, va obteniendo un incremento positivo muy leve, tanto que al año cinco disminuye; por lo que se necesita verificar el porcentaje de incremento de ventas y/o buscar la disminución del gasto.

Tabla 29: Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 8,68	\$ 3,49	\$ 4,61	\$ 5,36	\$ 5,63
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 11.182	\$ 26.592	\$ 44.077	\$ 65.853	\$ 96.980
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ACTIVOS	\$ 1,20	\$ 1,29	\$ 1,09	\$ 0,97	\$ 0,89
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,45	\$ 0,37	\$ 0,26	\$ 0,19	\$ 0,14
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,83	\$ 0,60	\$ 0,36	\$ 0,23	\$ 0,16
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 0,35	\$ 0,18	\$ 0,12	\$ 0,06	\$ 0,16
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 2,17	\$ 11,24	\$ 16,23	\$ 29,91	\$ 107,55
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$ 0,61	\$ 0,65	\$ 0,65	\$ 0,65	\$ 0,66
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$ 0,13	\$ 0,35	\$ 0,36	\$ 0,39	\$ 0,44
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$ 0,04	\$ 0,18	\$ 0,20	\$ 0,22	\$ 0,25
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$ 0,05	\$ 0,24	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,22
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$ 0,09	\$ 0,38	\$ 0,29	\$ 0,26	\$ 0,26

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.6 Punto de equilibrio

En cuanto al punto de equilibrio la empresa Vivipets S.A., se puede indicar que para que la empresa no obtenga pérdidas debe por lo menos en el primer año vender el 76% del total proyectado, en el segundo año será del 45%, en el tercer año del 43%, en el cuarto año del 39% y en el quinto año del 33%.

Tabla 30: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 26.470,64	\$ 26.806,59	\$ 27.363,63	\$ 28.153,50	\$ 29.195,32
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 34.718,34	\$ 59.692,50	\$ 63.877,57	\$ 71.853,41	\$ 88.075,59
% Equilibrio	76%	45%	43%	39%	33%
VENTAS	\$ 57.340,00	\$ 92.340,00	\$ 98.562,60	\$ 110.848,50	\$ 134.008,72
COSTOS VARIABLES	\$ 22.621,66	\$ 32.647,50	\$ 34.685,03	\$ 38.995,09	\$ 45.933,14
COSTOS FIJOS	\$ 26.470,64	\$ 26.806,59	\$ 27.363,63	\$ 28.153,50	\$ 29.195,32
UTILIDAD	\$ 8.247,70	\$ 32.885,91	\$ 36.513,95	\$ 43.699,91	\$ 58.880,27

Elaborado: Mendoza Viviana

Fuente: Investigación de mercado

Conclusiones

- En conclusión, en la actualidad se ha incrementado la tenencia de mascotas en el hogar considerándolas un miembro más de la familia, como tal requiere de cuidados alimenticios, de salud y por ende estéticos. La estética de las mascotas no sólo es para que se vean hermosas, sino para mantener la salud en la mascota como en los humanos.
- A la vez hay que atribuir que, a pesar que el deseo de un dueño de mascota es mantenerla con buena estética, la falta de tiempo a veces los limita a llevarlos a estos centros para que puedan ser atendidas y en su mayoría son atendidos en casa produciendo en algunas ocasiones una mala limpieza que luego produce alguna enfermedad o impedimento en su buen vivir.
- Por estos motivos se diseñó este plan de negocio para así satisfacer una necesidad evidente en la actualidad. Y para esto se realizó esta investigación y así conocer que el plan de negocios es factible por supuesto con buenas estrategias de marketing y publicidad.
- También se prevaleció la capacitación que debe tener el estilista, que es un papel muy importante en este servicio, ya que la misión de este plan de negocio es captar clientes con la idealización de que tendrán un servicio de calidad.
- A medida que pasa el tiempo las mascotas se van afianzando a los hogares como un miembro más de la familia, esto significa que se tienen una demanda esperada positiva y así lograr que este plan de negocio sea lucrativo.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

- El proyecto ha demostrado que es un negocio rentable que con el adecuado manejo de marketing y ventas se podrán obtener los objetivos planeados y así al quinto año poder incrementar otro punto de servicio y poder mejorar los índices financieros.

Recomendaciones

- Realizar una campaña de concientización de la salud de la mascota, ya que aún existen personas que toman a la ligera la estética de sus mascotas.
- Realizar campañas publicitarias con el fin no sólo de captar clientes a corto tiempo sino, de ir enseñando a los clientes los servicios que realiza un Pet Grooming y se incrementen los clientes a medida del tiempo.
- Capacitar al personal sobre mejores técnicas para mantener a la mascota más cómoda y relajada.
- Buscar los proveedores con productos de la mejor calidad para brindar un servicio de calidad y realizar alianzas con los proveedores para así mantener el costo de los productos.
- Poner énfasis a las familias la importancia de obtener el servicio brindando la confianza de que su mascota se encuentra en manos de los mejores especialistas.

Bibliografía

AFFINITY, F. (15 de 02 de 2017). *FUNDACION AFFINITY*. Obtenido de La oxitocina, la hormona del amor, une a perros y personas: <https://www.fundacion-affinity.org/blog/la-oxitocina-la-hormona-del-amor-une-perros-y-personas>

Agudelo. (2008). *Diseño de Investigación*.

Agudelo. (2008). *Diseños de Investigación*.

ANIMAL, M. Q. (18 de 12 de 2020). *COMPAÑÍA, COMPROMISO ANIMAL*. Obtenido de La importancia de la tenencia responsable de mascotas ¿Cómo combatir el abandono de mascotas?: <https://www.masquesaludanimal.es/posts/tenencia-responsable-de-mascotas-combatir-el-abandono.aspx>

Bastar, S. G. (2012). *Metodología de la Investigación*. Mexico: RED TERCER MILENIO S.C.

Bernal, T. L. (11 de 03 de 2014). *TENENCIA RESPONSABLE DE MASCOTAS*. Ibagué, Tolima, Colombia. Obtenido de <http://revistas.ut.edu.co/index.php/ciencianimal/article/view/167/166>

Can, v. M. (julio de 2019). *veterinaria Mr Can*. Obtenido de <https://veterinariamrcan.com/blog/la-importancia-de-acudir-a-una-estetica-canina/#:~:text=La%20est%C3%A9tica%20canina%20podr%C3%ADa%20evitar,m%C3%A1s%20severos%20en%20la%20dentadura>.

Cañaverl, P. d. (27 de enero de 2020). *Peludos del cañaverl*. Obtenido de Peluquería canina: Historia y origen: <https://xn--peludosdelcaaverl-y0b.es/blog/peluqueria-canina-historia/>

Cardozo. (2011).

Cardozo. (2011).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

día, V. a. (17 de 01 de 2017). *Royal Canin*. Obtenido de La importancia de las ventajas competitivas en una Clínica Veterinaria: <http://thevetnews.com/2017/01/17/la-importancia-de-las-ventajas-competitivas-en-una-clinica-veterinaria/>

Díaz, F. &. (2014).

Española, R. A. (s.f.).

Excellence, I. (14 de 04 de 2015). *ISOTools Excellence*. Obtenido de El plan estratégico empresarial, una herramienta para la calidad: <https://www.isotools.org/2015/04/14/el-plan-estrategico-empresarial-una-herramienta-para-la-calidad>

Flores, E. (04 de 08 de 2017). *weepec*. Obtenido de Compromisos al tener un animal de compañía: <https://revista.weepec.com/compromisos-al-animal-compania/>

García, T. (28 de 04 de 2016). *Líder Empresarial*. Obtenido de Por qué es importante la tenencia responsable de mascotas: <https://www.liderempresarial.com/tenencia-responsable-de-mascotas/>

Godoy. (2011).

Grajales, T. (2000). Tipos de Investigación.

Gutiérrez, D. D. (marzo de 2009). *LA CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES COMO PROBLEMA*

EPISTEMOLÓGICO. Obtenido de

[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2009000100002#:~:text=Los%20indicadores%20son%20datos%20cuantitativos,mayor%20relevancia%20que%20el%20conocimiento)

[554X2009000100002#:~:text=Los%20indicadores%20son%20datos%20cuantitativos,mayor%20relevancia%20que%20el%20conocimiento](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2009000100002#:~:text=Los%20indicadores%20son%20datos%20cuantitativos,mayor%20relevancia%20que%20el%20conocimiento)

HARO, I. (19 de 09 de 2018). *autónomos y emprendedor.es*. Obtenido de Los síntomas que indican que tu negocio está ya consolidado: <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/tu-negocio/sintomas-indican-negocio-consolidado>

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

<https://www.guayaquil.gob.ec/censo-realizado-por-municipio-revela-que-en-guayaquil-habitan-770-000-mascotas/>. (07 de 2022).

HUB, R. C. (12 de 02 de 2021). *CONTACT CENTER HUB*. Obtenido de Cómo ofrecer un servicio personalizado desde las grandes empresas: <https://contactcenterhub.es/ofrecer-un-servicio-personalizado-desde-las-grandes-empresas>

Implika. (08 de 02 de 2018). *Implika*. Obtenido de La peluquería canina estética y salud para tu perro: <https://www.implika.es/blog/la-peluqueria-canina-salud-y-estetica-para-tu-perro>

Larrea, A. (febrero de 2022). De "Pet Friendly" a "Pet Family". *La Hora*.

Lipinski, J. (24 de 05 de 2020). *RD STATION*. Obtenido de Marketing relacional: todo lo que necesitas saber para fidelizar clientes: <https://www.rdstation.com/es/blog/marketing-relacional/>

Moda, E. y. (18 de 07 de 2020). *ELBS Escuela de Liderazgo*. Obtenido de Estética canina: Tipos de cuidados para perros: <https://escuelaelbs.com/estetica-canina/>

Muelas, C. (26 de 08 de 2020). *Aplazame*. Obtenido de 4 estrategias de marketing que dispararán tus ventas: <https://aplazame.com/blog/estrategias-marketing/>

Muriel, A. (24 de 07 de 2020). *RD STATION*. Obtenido de consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa. Para esto, es necesario un conjunto de interacciones satisfactorias, que desarrollarán una relación: <https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>

Oliver, D. (10 de 09 de 2021). *webconsultas Revista de salud y bienestar*. Obtenido de Peluquerías caninas: mucho más que estética: <https://www.webconsultas.com/mascotas/cuidado-de-la-mascota/peluquerias-caninas-mucho-mas-que-estetica>

Orlando, S. I. (2011). *Calculo del tamaño de la muestra*.

PARRA, E. M. (2013). *ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING Y TRADE*.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Pedrosa, S. J. (15 de 06 de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Rentabilidad financiera (ROE):

<https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-financiera-roe.html>

Primicias. (2022). Ecuador está entre los Países con inflación relativamente alta en alimentos.

Pucheta, J. (16 de 11 de 2020). *Bioblog*. Obtenido de La importancia de la preservación del

ambiente: <https://www.bioblog.com.br/la-importancia-de-la-preservacion-del-ambiente>

Pursell, S. (27 de 04 de 2022). *HubSpot*. Obtenido de Ventaja competitiva: qué es, características,

tipos y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/marketing/ventaja-competitiva>

Pymes, B. A. (27 de 11 de 2018). *cesce*. Obtenido de Las cuatro fuerzas que hacen crecer el diamante

competitivo de una empresa: <https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/consigue-ventaja-competitiva-en-tu-empresa>

PYMES, E. I. (03 de 04 de 2020). *Escuela Internacional de PYMES*. Obtenido de Cómo diseñar una

propuesta de valor. Ejemplos y Claves principales: <https://eipymes.com/como-hacer-una-propuesta-de-valor/>

rankmi. (07 de 01 de 2019). *rankmi*. Obtenido de es una característica con la que debe contar

cualquier empresa que desee tener un mejor lugar en el mercado, y de este modo, reflejar o comparar el prestigio de otras empresas respecto de la propia, tomando en cuenta las estrategias que se hayan adoptado : <https://www.rankmi.com/blog/que-son-y-que-tipos-de-ventajas-competitivas-existen-en-las-empresas-actuales>

speed, B. a. (03 de 06 de 2018). *Business at speed*. Obtenido de ¿Qué indicadores miden la

sostenibilidad de tu empresa?: <https://phcsoftware.es/business-at-speed/indicadores-sostenibilidad-empresa/>

Styleanddog. (2015).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Torres, G. P. (s.f.). *Scribd*. Obtenido de PELUQUERÍA CANINA (Funciones y Responsabilidades):

<https://es.scribd.com/document/398143455/PELUQUERIA-CANINA-Funciones-y-Responsabilidades>

Torres, M., Lopez, J., Solari, V., Jofre, L., Abarca, K., & Perret, C. (2005). RECOMENDACIONES PARA EL CUIDADO Y MANEJO RESPONSABLE DE.

TWENERGY, B. (08 de 04 de 2020). *twenergy*. Obtenido de ¿Qué es la sobrepoblación mundial?:

<https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/que-es-la-sobrepoblacion/>

Universo, E. (2008). El Ritmo Acelerado del Trabajo.

Vallejo, M. (2002). El diseño de investigación: una breve revision metodologica. *Arc Cardiol Mex*.

Vallejo, M. (2002). El diseño de investigación: una breve revisión metodológica. *Instituto Nacional de Cardiología "Ignacio Chávez"*.

Veterinario, E. (09 de septiembre de 2019). *Happets*. Obtenido de GUÍA BÁSICA DE LIMPIEZA E

HIGIENE PARA PERROS: <https://www.happets.com/blog/guia-basica-de-limpieza-e-higiene-para-perros/>

Veterinario, P. (11 de 12 de 2019). *Portal Veterinario*. Obtenido de "Eliges un amigo, eliges un com

promiso": [https://www.portalveterinaria.com/animales-de-](https://www.portalveterinaria.com/animales-de-compania/empresas/32529/eliges-un-amigo-eliges-un-compromiso-campana-de-concienciacion-en-colegios-con-motivo-de-la-compra-de-mascotas-en-navidad.html)

[compania/empresas/32529/eliges-un-amigo-eliges-un-compromiso-campana-de-](https://www.portalveterinaria.com/animales-de-compania/empresas/32529/eliges-un-amigo-eliges-un-compromiso-campana-de-concienciacion-en-colegios-con-motivo-de-la-compra-de-mascotas-en-navidad.html)

[concienciacion-en-colegios-con-motivo-de-la-compra-de-mascotas-en-navidad.html](https://www.portalveterinaria.com/animales-de-compania/empresas/32529/eliges-un-amigo-eliges-un-compromiso-campana-de-concienciacion-en-colegios-con-motivo-de-la-compra-de-mascotas-en-navidad.html)

Anexos

Anexo 1: Cuestionario de Encuesta

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURÁN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1. ¿Cuál es el servicio que consume al ir a una veterinaria? Su respuesta puede ser múltiple.
 - Servicios médicos
 - Baño
 - Corte de pelo
 - Accesorios

2. Del 1 al 6, siendo 6 el más importante y 1 el menos importante. Indique el orden de importancia que considera necesita su mascota:
 - Servicios médicos
 - Baño
 - Corte de pelo
 - Limpieza de oídos
 - Limpieza de dientes
 - Corte de uñas

3. ¿Por qué decide ir a la veterinaria donde recibe los servicios para su mascota?
 - Precio
 - Cercanía
 - Calidad
 - Incluye servicios móviles para mascotas

4. ¿Por qué decide ir a la veterinaria donde recibe los servicios para su mascota?
 - Si
 - No

5. ¿Tiene un especialista en Pet Grooming para otorgarle un servicio profesional a su mascota?
 - Si
 - No

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

6. Si la respuesta de la pregunta anterior, es No ¿por qué?
 - Falta de tiempo
 - Falta de dinero
 - Falta de confianza
 - Desconocimiento

7. ¿Con que frecuencia lleva a su mascota a estos servicios?
 - 15 días
 - 1 mes
 - 1 mes y medio
 - 2 meses
 - 3 meses
 - nunca

8. ¿Te gustaría recibir el servicio a domicilio de baño y estética para tu mascota?
 - Si
 - No

9. ¿Cuál sería el factor principal por el que decidirías el servicio de estética para su mascota a domicilio?
 - Ahorro de tiempo
 - Confianza
 - Calidad de Servicio

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Anexo 2: Comportamiento de la demanda esperada por año

AÑO 1

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 1 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Baño común	35	39	43	47	52	57	63	69	76	84	92	101	758
Baño Medicado	15	17	19	21	23	25	28	31	34	37	41	45	336
Corte de pelo con estilo	15	17	19	21	23	25	28	31	34	37	41	45	336
Combo básico	8	9	10	11	12	13	14	15	17	19	21	23	172
Combo baño	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	17	127
Servicio completo	25	28	31	34	37	41	45	50	55	61	67	74	548
TOTAL	103	116	129	142	156	171	189	208	229	252	277	305	2.277

AÑO 2

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Baño común	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	1.212
Baño Medicado	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
Corte de pelo con estilo	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
Combo básico	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
Combo baño	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
Servicio completo	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	888
TOTAL	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	3.660

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 3

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Baño común	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	1.290
Baño Medicado	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
Corte de pelo con estilo	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
Combo básico	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
Combo baño	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
Servicio completo	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	966
TOTAL	307	309	311	313	315	317	319	321	323	325	327	329	3.816

AÑO 4

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Baño común	114	115	116	117	118	119	120	122	124	126	128	130	1.449
Baño Medicado	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	618
Corte de pelo con estilo	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	618
Combo básico	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
Combo baño	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
Servicio completo	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	1.110
TOTAL	333	337	341	345	349	353	357	362	367	372	377	382	4.275

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 5

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Baño común	132	134	136	138	140	142	144	146	148	150	153	156	1.719
Baño Medicado	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	762
Corte de pelo con estilo	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	762
Combo básico	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276
Combo baño	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	204
Servicio completo	100	102	104	106	108	110	112	114	116	118	120	122	1.332
TOTAL	388	394	400	406	412	418	424	430	436	442	449	456	5.055

Anexo 3: Ventas Proyectadas por Año

AÑO 1

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Baño común	525	585	645	705	780	855	945	1.035	1.140	1.260	1.380	1.515	11.370
Baño Medicado	450	510	570	630	690	750	840	930	1.020	1.110	1.230	1.350	10.080
Corte de pelo con estilo	300	340	380	420	460	500	560	620	680	740	820	900	6.720
Combo básico	160	180	200	220	240	260	280	300	340	380	420	460	3.440
Combo baño	150	180	210	240	270	300	330	360	390	420	450	510	3.810
Servicio completo	1.000	1.120	1.240	1.360	1.480	1.640	1.800	2.000	2.200	2.440	2.680	2.960	21.920
TOTAL	2.585	2.915	3.245	3.575	3.920	4.305	4.755	5.245	5.770	6.350	6.980	7.695	57.340

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 2

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Baño común	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	18.180
Baño Medicado	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	1.350	16.200
Corte de pelo con estilo	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10.800
Combo básico	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	5.520
Combo baño	510	510	510	510	510	510	510	510	510	510	510	510	6.120
Servicio completo	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	2.960	35.520
TOTAL	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	7.695	92.340

AÑO 3

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Baño común	1.561	1.576	1.591	1.607	1.622	1.637	1.652	1.668	1.683	1.698	1.714	1.729	19.737
Baño Medicado	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	1.377	16.524
Corte de pelo con estilo	918	918	918	918	918	918	918	918	918	918	918	918	11.016
Combo básico	469	469	469	469	469	469	469	469	469	469	469	469	5.630
Combo baño	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520	6.242
Servicio completo	3.060	3.101	3.142	3.182	3.223	3.264	3.305	3.346	3.386	3.427	3.468	3.509	39.413
TOTAL	7.905	7.961	8.017	8.073	8.129	8.186	8.242	8.298	8.354	8.410	8.466	8.522	98.563

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 4

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Baño común	1.744	1.760	1.775	1.790	1.805	1.821	1.836	1.867	1.897	1.928	1.958	1.989	22.170
Baño Medicado	1.408	1.438	1.469	1.499	1.530	1.561	1.591	1.622	1.652	1.683	1.714	1.744	18.911
Corte de pelo con estilo	938	959	979	1.000	1.020	1.040	1.061	1.081	1.102	1.122	1.142	1.163	12.607
Combo básico	469	469	469	469	469	469	469	469	469	469	469	469	5.630
Combo baño	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520	6.242
Servicio completo	3.550	3.590	3.631	3.672	3.713	3.754	3.794	3.835	3.876	3.917	3.958	3.998	45.288
TOTAL	8.629	8.736	8.843	8.951	9.058	9.165	9.272	9.394	9.517	9.639	9.761	9.884	110.849

AÑO 5

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Baño común	2.060	2.091	2.122	2.154	2.185	2.216	2.247	2.278	2.310	2.341	2.388	2.435	26.827
Baño Medicado	1.810	1.842	1.873	1.904	1.935	1.966	1.998	2.029	2.060	2.091	2.122	2.154	23.784
Corte de pelo con estilo	1.207	1.228	1.248	1.269	1.290	1.311	1.332	1.353	1.373	1.394	1.415	1.436	15.856
Combo básico	479	479	479	479	479	479	479	479	479	479	479	479	5.743
Combo baño	531	531	531	531	531	531	531	531	531	531	531	531	6.367
Servicio completo	4.162	4.245	4.328	4.411	4.495	4.578	4.661	4.744	4.827	4.911	4.994	5.077	55.433
TOTAL	10.248	10.414	10.581	10.747	10.914	11.080	11.247	11.413	11.580	11.746	11.928	12.110	134.009

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Anexo 4: Costos Proyectados por Año

AÑO 1

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Baño común	200,30	223,19	246,08	268,97	297,58	326,20	360,53	394,87	434,93	480,71	526,49	577,99	4.337,82
Baño Medicado	137,38	155,70	174,02	192,34	210,66	228,97	256,45	283,93	311,40	338,88	375,52	412,15	3.077,41
Corte de pelo con estilo	101,80	115,37	128,94	142,51	156,09	169,66	190,02	210,38	230,74	251,10	278,24	305,39	2.280,22
Combo básico	109,89	123,63	137,36	151,10	164,84	178,57	192,31	206,05	233,52	260,99	288,47	315,94	2.362,67
Combo baño	91,03	109,23	127,44	145,65	163,85	182,06	200,26	218,47	236,67	254,88	273,09	309,50	2.312,12
Servicio completo	376,43	421,61	466,78	511,95	557,12	617,35	677,58	752,87	828,15	918,50	1.008,84	1.114,24	8.251,42
TOTAL	1.016,83	1.148,72	1.280,62	1.412,52	1.550,13	1.702,81	1.877,15	2.066,55	2.275,41	2.505,05	2.750,64	3.035,21	22.621,66

AÑO 2

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Baño común	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	6.335,94
Baño Medicado	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	358,61	4.303,37
Corte de pelo con estilo	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	250,68	3.008,12
Combo básico	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	261,05	3.132,59
Combo baño	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	254,29	3.051,51
Servicio completo	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00	12.815,96
TOTAL	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	2.720,63	32.647,50

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 3

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Baño común	538,05	543,32	548,60	553,87	559,15	564,42	569,70	574,97	580,25	585,52	590,80	596,07	6.804,70
Baño Medicado	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	365,78	4.389,35
Corte de pelo con estilo	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	3.067,84
Combo básico	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	266,08	3.192,93
Combo baño	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	259,16	3.109,92
Servicio completo	1.096,30	1.110,91	1.125,53	1.140,15	1.154,76	1.169,38	1.184,00	1.198,62	1.213,23	1.227,85	1.242,47	1.257,09	14.120,29
TOTAL	2.781,01	2.800,90	2.820,80	2.840,69	2.860,58	2.880,47	2.900,36	2.920,26	2.940,15	2.960,04	2.979,93	2.999,83	34.685,03

AÑO 4

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Baño común	604,59	609,90	615,20	620,50	625,81	631,11	636,41	647,02	657,63	668,23	678,84	689,45	7.684,70
Baño Medicado	369,69	377,73	385,77	393,80	401,84	409,88	417,91	425,95	433,99	442,03	450,06	458,10	4.966,76
Corte de pelo con estilo	253,79	259,31	264,82	270,34	275,86	281,37	286,89	292,41	297,93	303,44	308,96	314,48	3.409,60
Combo básico	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	272,14	3.265,67
Combo baño	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	265,05	3.180,62
Servicio completo	1.292,28	1.307,14	1.321,99	1.336,84	1.351,70	1.366,55	1.381,41	1.396,26	1.411,11	1.425,97	1.440,82	1.455,67	16.487,74
TOTAL	3.057,55	3.091,26	3.124,97	3.158,68	3.192,39	3.226,11	3.259,82	3.298,83	3.337,85	3.376,86	3.415,88	3.454,89	38.995,09

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN,
A PARTIR DEL AÑO 2023”**

AÑO 5

COSTOS PROYECTADOS: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Baño común	702,20	712,84	723,48	734,12	744,76	755,40	766,04	776,68	787,32	797,96	813,92	829,88	9.144,60
Baño Medicado	456,28	464,15	472,01	479,88	487,75	495,61	503,48	511,35	519,21	527,08	534,95	542,82	5.994,57
Corte de pelo con estilo	304,45	309,70	314,95	320,20	325,45	330,69	335,94	341,19	346,44	351,69	356,94	362,19	3.999,83
Combo básico	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	278,02	3.336,23
Combo baño	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	270,75	3.249,04
Servicio completo	1.517,18	1.547,53	1.577,87	1.608,21	1.638,56	1.668,90	1.699,24	1.729,59	1.759,93	1.790,27	1.820,62	1.850,96	20.208,86
TOTAL	3.528,89	3.582,99	3.637,08	3.691,18	3.745,28	3.799,38	3.853,48	3.907,58	3.961,68	4.015,78	4.075,20	4.134,62	45.933,14

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Anexo 5: Gastos Operacionales por Año

AÑO 1

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	1.874,22	22.490,64
LIMPIEZA	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	900,00
SERVICIOS BÁSICOS	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
PUBLICIDAD	300,00												300,00
CAPACITACIÓN	300,00								200,00				500,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	200,00				150,00								350,00
SUMINISTROS DE OFICINA	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
MANTENIMIENTO DE VEHICULO							250,00						250,00
INTERNET	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	180,00
ALQUILER DE OFICINA	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
TOTAL	2.889,22	2.089,22	2.089,22	2.089,22	2.239,22	2.089,22	2.339,22	2.089,22	2.289,22	2.089,22	2.089,22	2.089,22	26.470,64

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 2

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	1.892,96	22.715,55
LIMPIEZA	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	77,09	925,11
SERVICIOS BÁSICOS	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	25,70	308,37
PUBLICIDAD	308,37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	308,37
CAPACITACIÓN	308,37	-	-	-	-	-	-	-	205,58	-	-	-	513,95
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	205,58	-	-	-	154,19	-	-	-	-	-	-	-	359,77
SUMINISTROS DE OFICINA	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56	246,70
MANTENIMIENTO DE VEHICULO	-	-	-	-	-	-	256,98	-	-	-	-	-	256,98
INTERNET	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	15,42	185,02
ALQUILER DE OFICINA	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	82,23	986,78
TOTAL	2.936,28	2.113,96	2.113,96	2.113,96	2.268,15	2.113,96	2.370,94	2.113,96	2.319,54	2.113,96	2.113,96	2.113,96	26.806,59

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 3

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	1.930,82	23.169,86
LIMPIEZA	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	79,03	948,34
SERVICIOS BÁSICOS	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	26,34	316,11
PUBLICIDAD	316,11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	316,11
CAPACITACIÓN	316,11	-	-	-	-	-	-	-	210,74	-	-	-	526,86
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	210,74	-	-	-	158,06	-	-	-	-	-	-	-	368,80
SUMINISTROS DE OFICINA	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	21,07	252,89
MANTENIMIENTO DE VEHICULO	-	-	-	-	-	-	263,43	-	-	-	-	-	263,43
INTERNET	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	15,81	189,67
ALQUILER DE OFICINA	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	84,30	1.011,56
TOTAL	3.000,34	2.157,37	2.157,37	2.157,37	2.315,43	2.157,37	2.420,80	2.157,37	2.368,11	2.157,37	2.157,37	2.157,37	27.363,63

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AÑO 4

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	1.988,75	23.864,95
LIMPIEZA	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	80,81	969,77
SERVICIOS BÁSICOS	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	26,94	323,26
PUBLICIDAD	323,26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	323,26
CAPACITACIÓN	323,26	-	-	-	-	-	-	-	215,50	-	-	-	538,76
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	215,50	-	-	-	161,63	-	-	-	-	-	-	-	377,13
SUMINISTROS DE OFICINA	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	21,55	258,61
MANTENIMIENTO DE VEHICULO	-	-	-	-	-	-	269,38	-	-	-	-	-	269,38
INTERNET	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	193,95
ALQUILER DE OFICINA	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	86,20	1.034,42
TOTAL	3.082,43	2.220,41	2.220,41	2.220,41	2.382,04	2.220,41	2.489,79	2.220,41	2.435,92	2.220,41	2.220,41	2.220,41	28.153,50

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ESTÉTICA DE MASCOTAS A DOMICILIO, UBICADA EN LA CIUDAD DE DURAN,
A PARTIR DEL AÑO 2023”**

AÑO 5

GASTOS OPERACIONALES PROYECTADOS: AÑO 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	2.068,30	24.819,55
LIMPIEZA	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	989,50
SERVICIOS BÁSICOS	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	27,49	329,83
PUBLICIDAD	329,83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	329,83
CAPACITACIÓN	329,83	-	-	-	-	-	-	-	219,89	-	-	-	549,72
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	219,89	-	-	-	164,92	-	-	-	-	-	-	-	384,80
SUMINISTROS DE OFICINA	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	21,99	263,87
MANTENIMIENTO DE VEHICULO	-	-	-	-	-	-	274,86	-	-	-	-	-	274,86
INTERNET	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	16,49	197,90
ALQUILER DE OFICINA	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	87,96	1.055,46
TOTAL	3.184,23	2.304,68	2.304,68	2.304,68	2.469,59	2.304,68	2.579,54	2.304,68	2.524,56	2.304,68	2.304,68	2.304,68	29.195,32