



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA “CREACIÓN DE UN SERVICIO
DE ALQUILER DE PERROS DE RAZA Y PERROS MESTIZOS
(SIN HOGAR) EN LA CIUDAD DE QUITO.”

AUTOR

NANCY GABRIELA ERAZO DOMÍNGUEZ

AÑO

2019



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA “CREACIÓN DE UN SERVICIO DE
ALQUILER DE PERROS DE RAZA Y PERROS MESTIZOS (SIN HOGAR) EN
LA CIUDAD DE QUITO.”

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniería Comercial con mención
en Administración de Empresas

Profesor Guía:
María Verónica Davalos

Autor
Nancy Gabriela Erazo Domínguez

Año
2019

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, plan de negocios de la creación de una empresa de servicio de alquiler de perros de raza y perros mestizos (sin hogar) en la ciudad de Quito, a través de reuniones periódicas con el estudiante Nancy Gabriela Erazo Domínguez, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los “Trabajos de Titulación”.

María Verónica Davalos González

C.I: 1707895767

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, plan de negocios de la creación de una empresa de servicio de alquiler de perros de raza y perros mestizos (sin hogar) en la ciudad de Quito, en el semestre 2019-1, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los “Trabajos de Titulación”.

Christian David Centeno Liger

CI: 1720592326

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Nancy Gabriela Erazo Domínguez

CI: 1726662883

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, le doy gracias Dios por guiarme y permitirme cumplir una meta más en lo largo de mi carrera.

Les doy gracias a mis padres Gerardo y Julia, por el esfuerzo de darme lo necesario, por ser mi ejemplo de constancia y responsabilidad, por brindarme la oportunidad de crecer en mi formación profesional, y sobre todo por darme la vida e inculcarme valores para poder ser lo que soy actualmente.

A mi profesora guía María Verónica Davalos por darme el apoyo y orientación necesaria en el transcurso de las sesiones realizadas.

Finalmente, doy gracias a todos los que forman parte de mi vida, el cual cada uno ha aportado en el crecimiento de mi vida personal y profesional.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a Dios y mis padres por ser ellos quienes guían mi camino y mi vida para cumplir mis objetivos profesionales.

RESUMEN

El presente plan de negocios consiste en la creación de una empresa de servicio de alquiler de perros de raza y perros mestizos (sin hogar) en la ciudad de Quito para personas adultas, jóvenes, y con discapacidades físicas. “HelPet” brinda un servicio de alquiler de perros adiestrados para las personas que no disponen tiempo de tener una mascota propia o para personas con discapacidades físicas, tales como; autistas, no videntes y epilépticos. De tal manera pueden tener un amigo fiel de compañía según el tiempo que deseen.

Por otro lado, con el fin de concientizar la tenencia responsable de mascotas, el funcionamiento del plan de negocios, es por medio de perros de raza y perros mestizos que no cuenten con hogar, los cuales serán adiestrados para los diferentes servicios.

HelPet, está enfocado en un segmento de personas millennials y personas con discapacidades, con un perfil socioeconómico medio y alto con residencia en el Distrito Metropolitano de Quito. Además, el principal objetivo de este plan de negocios es brindar la oportunidad de compartir con un amigo fiel para las personas que por distintos motivos no disponen de tiempo o espacio para hacerse cargo de tener una mascota propia.

Para conocer la rentabilidad y aceptación del plan de negocio de alquiler de mascotas se realizó una investigación del análisis del entorno para entender la industria. Por otro lado, también se realizó una investigación de mercados con el análisis del cliente para conocer la aceptación de los posibles clientes potenciales y así mismo el mercado objetivo.

Finalmente, por medio de la evaluación financiera y proyecciones de los indicadores se logró concluir que el plan de negocios es viable y rentable pues la idea de negocio es atractiva, el mercado potencial es alto, la competencia es incipiente.

ABSTRACT

The present business plan that consists in the creation of a rental service company for dogs of breed and mongrel dogs (homeless) in the city of Quito for adults, youth, and people with physical disabilities. "HelPet" offers the rental service of trained dogs for people who do not have time to own their own pet or for people with physical disabilities, such as; autistic, blind and epileptic. In this way they can have a faithful friend of company according to the time they want.

On the other hand, in order to raise awareness of the responsible pet ownership, for the operation of the business plan, it is by means of breed dogs and mongrel dogs that do not have a home, which will be trained for the different services.

HelPet, is focused on a segment of millennials and people with disabilities, with a medium and high socioeconomic profile with residence in the Metropolitan District of Quito. In addition, the main objective of this business plan is to provide the opportunity to share with a loyal friend for people who for different reasons do not have time or space to take charge of having their own pet.

In order to know the profitability and acceptance of the pet rent business plan, an investigation of the environment analysis was carried out to understand the industry. On the other hand, market research was also carried out with the analysis of the client to know the acceptance of potential potential customers and also the target market.

Finally, through the financial evaluation and projections of the indicators, it was concluded that the business plan is viable and profitable because the business idea is attractive, the potential market is high, the competition is incipient.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. ANÁLISIS ENTORNOS.....	2
2.1. Análisis del entorno externo	3
2.1.1. Entorno externo	3
2.1.2. Análisis de la industria (Porter)	10
2.1.3. Análisis de la matriz EFE.....	13
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE	14
3.1. Investigación cualitativa y cuantitativa.....	14
3.1.1 Metodología de investigación.....	14
3.1.2 Análisis cualitativo.....	16
3.1.3 Análisis cuantitativo.....	20
4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	27
5. PLAN DE MARKETING	30
5.1 Estrategia general de marketing	30
5.2 Mercado Objetivo	31
5.3 Propuesta de valor.....	34
5.4 Mezcla de Marketing.....	36
5.4.1 Producto - Servicio.....	36
5.4.2.Precio.....	39
5.4.3 Plaza	40
5.4.4. Promoción.....	43
6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	45
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización.	45
6.1.1 Misión.....	45
6.1.2 Visión	45
6.1.3 Objetivos de la organización	45
6.2 Plan de Operaciones.	46
6.2.1 Descripción de procesos.....	46
6.2.2 Mapa de procesos	48

6.2.3 Cadena de valor.....	50
6.3 Estructura Organizacional.....	50
6.3.1 Estructura legal.....	50
6.3.2 Diseño organizacional.....	51
7. EVALUACIÓN FINANCIERA	55
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos.....	55
7.2 Inversión inicial, capital de trabajo.....	56
7.3 Proyección de estados de resultados.....	58
7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista	60
7.5 Índices financieros	62
8. CONCLUSIONES GENERALES.....	63
REFERENCIAS:.....	66
ANEXOS:	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Alquiler de bienes tangibles	3
Tabla 2 Industria G4773.2.....	3
Tabla 3: Factores Económicos	3
Tabla 4: Entorno Político	5
Tabla 5: Entorno Social	6
Tabla 6: Entorno Tecnológico	7
Tabla 7: Análisis Porter.....	10
Tabla 8: Matriz EFE	13
Tabla 9. Resumen de entrevista.....	17
Tabla 10. Matriz - resumen	19
Tabla 11. Determinación de la muestra	21
Tabla 12. Servicios.....	32
Tabla 13. Segmentación.....	32
Tabla 14. Población por Edad.....	34
Tabla 15. Modelo Canvas	35
Tabla 16. Costos para la mascota.....	39
Tabla 17 Costos de publicidad.....	44
Tabla 18. Actividades / Costo	48
Tabla 19 Inversión.....	51
Tabla 20 Puestos de trabajo	53
Tabla 21. Ventas del estado de resultado proyectado anual.....	56
Tabla 22. Estado de resultado proyectado (costos y gastos).....	56
Tabla 23. Inversión inicial	57
Tabla 24. Capital de trabajo	57
Tabla 25. Estructura de capital	58
Tabla 26. Estado de resultado anual.....	58
Tabla 27. Situación financiera actual	59
Tabla 28. Flujo de caja	60
Tabla 29. Flujo de caja del inversionista.....	60
Tabla 30. Tasa de descuento	61
Tabla 31. Evaluación de flujos	62
Tabla 32. Razón de deuda a capital.....	62
Tabla 33. Evaluación del proyecto	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Ventas netas de alimento de mascotas y de mascotas	4
Figura No. 2: Tasas de Interés	4
Figura No. 3: Producto Interno Bruto.....	5
Figura No. 4: Porcentaje de uso de internet por provincia.....	8
Figura No. 5: Razón de uso de internet.....	8
Figura No. 6 Formula para la determinación de la muestra.....	20
Figura No. 7 Las 4Ps (producto, precio).....	23
Figura No. 8 Las 4 Ps.....	24
Figura No. 9 Océano azul.....	27
Figura No. 10 Estrategia dual.....	30
Figura No. 11 Posicionamiento	31
Figura No. 12. Personas con discapacidades en Pichincha.....	34
Figura No. 13 Catalogo de mascotas	36
Figura No. 14 Branding	37
Figura No. 15 Galletas de premiación	38
Figura No. 16 Croquis Tababela	41
Figura No. 17 Pagina Facebook.....	42
Figura No. 18 Catalogo en página web	42
Figura No. 19 Canal directo.....	43
Figura No. 20 Flujograma de procesos	47
Figura No. 21 Mapa de procesos	48
Figura No. 22 Cadena de Valor.....	50
Figura No. 23 Pasos para establecer la empresa	51
Figura No. 24 Iniciar negocios SRI.....	51
Figura No. 25 Organigrama.....	52

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del trabajo

Actualmente en de la ciudad de Quito existen personas que desean tener una mascota, pero por motivos de trabajo, tiempo o lugar de residencia, no es posible tener una mascota propia. Frente a esta necesidad se diseña el siguiente plan de negocios para la creación de un servicio de alquiler de perros de raza y perros mestizos (sin hogar) en la ciudad de Quito. El giro de negocio del presente plan de negocios va orientado para aquellas personas amantes de los perros.

La orientación de negocio del presente plan de negocios consiste en la creación de un servicio de alquiler de perros, tomando en cuenta una necesidad de segmentos específicos (millennials, personas de la tercera edad, jóvenes, personas con discapacidades), las cuales no tiene la posibilidad de tener una mascota propia por los motivos mencionados anteriormente.

El potencial cliente interesado en el servicio podrá alquilar a la mascota, por horas o días, según su necesidad. Podrá escoger el producto según su tamaño y características que desea del perro, es decir si está en la busca de un compañero de cuatro patas para una aventura o paseo podrá alquilar un perro de raza golden, labrador o mestizo.

Por otro lado, es importante aclarar que algunos de los potenciales clientes interesados en el servicio tienden a ser la generación “Millennials” (nacidas entre 1980 y 2000), el cual es una generación que son fans número uno de las mascotas. Los millennials son el principal grupo demográfico que posee mascotas, según un reporte de la American Pet Products Association. (El Comercio, 2017).

Pero como mencionamos anteriormente la disponibilidad de tiempo, espacio, lugar de residencia, no es posible ser responsable de una mascota propia. Para garantizar un servicio de alquiler de mascotas satisfactorio y de calidad, uno de los principales aspectos a considerar es tomar en cuenta a las personas que trabajan de lunes a viernes y no disponen tiempo para asumir la responsabilidad de tener una mascota,

pero les gustaría tener una para un fin de semana, o una tarde de paseo. Por lo cual podrá escoger el producto de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente. El presente proyecto diversifica el producto (alquiler de mascotas) en función de la tipología de clientes.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocio que permita conocer la viabilidad comercial y financiera de un servicio de alquiler de perros en la ciudad de Quito.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a)** Analizar los entornos mediante el entorno externo de la industria (Porter) e interno para conocer el contexto en el que se desarrollara el plan de negocios.
- b)** Analizar al cliente mediante la investigación cualitativa y cuantitativa para conocer el tipo de comprador en el que ira dirigido el plan de negocios.
- c)** Identificar una oportunidad de mercado sustentada por el análisis interno, externo y del cliente.
- d)** Desarrollar un plan de marketing aplicando la estrategia general para conocer el mercado objetivo, la propuesta de valor y elaborar la mezcla de marketing.
- e)** Realizar una evaluación financiera mediante proyecciones de ingresos, costos, gastos, inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital para conocer si es rentable la propuesta del proyecto.

2. ANALISIS ENTORNOS

Industria

Según la clasificación nacional de actividades económicas CIIU 4.0 del Ecuador, la industria del plan de negocios de alquiler de mascotas se clasificará como muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1 Alquiler de bienes tangibles

CÓDIGO	DESCRIPCION
N7730.3	ALQUILER DE BIENES TANGIBLES N.C.P
N7730.34	Alquiler de animales: rebaños, caballos de carreras, etcétera.

Adoptado de: INEC (2012). Estadísticas CIIU 4.0

En vista que no existe datos específicos en cuanto a la industria de N7730.34 se aplicara también como base al análisis la industria de venta al por menor de mascotas y alimentos para mascotas en establecimientos especializados, la cual se puede relacionar con nuestro proyecto de alquiler de perros.

Tabla 2 Industria G4773.2

CÓDIGO	DESCRIPCION
G4773.2	VENTA AL POR MENOR DE FLORES, PLANTAS, SEMILLAS, FERTILIZANTES, MASCOTAS Y ALIMENTO PARA MASCOTAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
G4773.23	Venta al por menor de mascotas y alimento para mascotas en establecimientos especializados

Adoptado de: INEC (2012). Estadísticas CIIU 4.0

2.1. Análisis del entorno externo

2.1.1. Entorno externo

Entorno económico

Tabla 3: Factores Económicos

Factor	Impacto
Los propietarios de mascotas en Ecuador destinan sus recursos económicos en promedio un valor de \$150 dólares cada tres meses para la compra de accesorios, ropa, juguetes, comida. En cuanto, a escala nacional, INEC indica que los hogares ecuatorianos gastan \$1'683.000 dólares por mes en servicios de veterinaria, peluquería y guardería para atender a sus mascotas. (El Diario, 2017)	Positivo Oportunidad

Por otro lado, las ventas netas locales de alimento de mascotas y venta de mascotas fueron de \$161.931 para el año 2015 mientras que para el 2017 fue de \$ 467.698 el cual significa que la industria se encuentra en crecimiento desde el año 2014. (Saiku, 2017). Sin embargo, al mismo tiempo representa una amenaza para la industria, al crecer las ventas de mascotas genera que no sea factible la adquisición del servicio de alquiler de mascotas. Como se describe en el siguiente gráfico.

Negativo
Amenaza

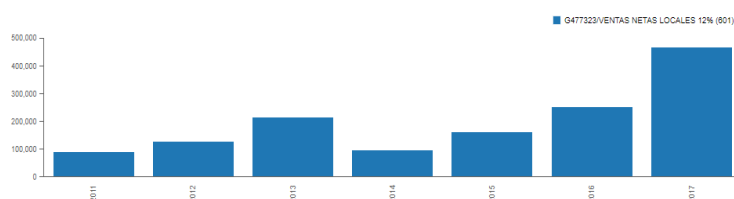


Figura No. 1 Ventas netas locales de alimento de mascotas y venta de mascotas 2009 – 2017

Tomado de: Saiku

En este marco, para el año 2018 aplicaron diferentes tipos de restricciones y requerimientos para las pequeñas empresas que empiezan ya que los microcréditos son de alto riesgo para las diferentes identidades que conceden créditos. Al ser este tipo de tasas de interés fijadas por el Banco Central, los microcréditos tienen tasas más altas que las demás. (El Telégrafo, 2018). Como se describe en el siguiente gráfico.

Negativo

TASAS DE INTERÉS - JUNIO

La última revisión que se hizo a los intereses de microcréditos entró en vigencia en febrero de 2018.

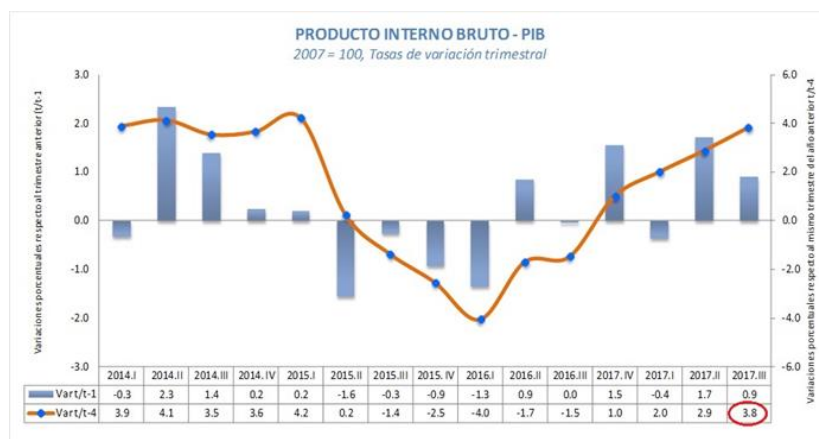
Segmento	Porcentaje anual	
	Referencial	Máxima
Productivo corporativo	7.31	9.33
Productivo empresarial	9.82	10.21
Productivo PYMES	10.19	11.83
Comercial prioritario corporativo	7.33	9.33
Comercial prioritario empresarial	9.64	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.43	11.83
Microcrédito minorista	26.91	28.5
Microcrédito de Acumulación Simple	23.78	25.5
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.1	23.5

Activ
Ve a Cr

Figura No. 2: Tasas de Interés

Tomado de: El Telégrafo.

En cuanto al PIB en el Ecuador, uno de los sectores con mayor aporte refinaría de petróleo, actividades de servicios financieros, actividades comerciales, entre otros. Para el año 2017 el PIB tuvo un crecimiento del 3,8% con respecto al año 2016 Según un informe del Banco Central del Ecuador en el primer trimestre del año 2018 el PIB tuvo un aumento del 1,9%. (BCE, 2018). Como se describe en el siguiente gráfico.



Positivo

Figura No. 3: Producto Interno Bruto
2014 – 2017
Tomado de: Banco Central del Ecuador

Entorno político

Tabla 4: Entorno Político

Factor	Impacto
El Ministerio de salud pública tiene como objetivo conceder la emisión de Permisos de Funcionamiento a los establecimientos el cual este sujeto a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos y parámetros para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente. (ARCSA, 2017). Para lo obtención del permiso la persona podría registrarse a través del sistema informático de ARCSA y seguir los procedimientos establecidos. En nuestro plan de negocio es un monto aproximadamente de \$15,26 Es importante recalcar que los tramites pueden verse demorados por incumplimiento de requisitos sanitario del establecimiento. (ARCSA, 2017).	Negativo

Según el Código Orgánico del Ambiente que se aprobó en el año 2017 con el fin de garantizar el respeto por la fauna urbana. Menciona en su artículo 139 la tenencia responsable animales la cual garantiza el bienestar y buen trato por parte de las personas, reduciendo la violencia, mal trato y el sufrimiento contra los animales. En base al Código Integral Penal al haber un maltrato animal será sancionado con trabajo comunitario y prisión por un mes. (El Telégrafo, 2018).

Negativo

Cada procedimiento para legalizar los negocios cuenta con sucesiones de procesos y tramites de documentación extensas, el cual se tardaría un tiempo en cumplir.

Existe procedimiento para legalizar los negocios en la ciudad de Quito los cuales son:

- Obtener el RUC (duración en la obtención puede ser de 12 a 15 minutos)
- Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento que la otorga el Municipio de Quito
- Obtención del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (Blogger, 2010)

Negativo

Entorno social

Tabla 5: Entorno Social

Factor	Impacto
<p>Actualmente el 35% de la generación millennials poseen mascotas de compañía, lo cual ese tipo de personas tienen diferentes estilos de vida ya que son matrimonios que en algunos casos prefieren tener una mascota que un hijo. Es importante mencionar que este tipo de generación busca brindar un bienestar a sus mascotas y tratan de concientizar a las personas que adopten y así inculcar una tenencia responsable. (El Comercio, 2018)</p>	Positivo

En base a la Fundación Protección Animal (PAE), informa que 10 canes son abandonados diariamente en la ciudad de Quito debido a falta de recursos, agresividad, daños a sus hogares e incluso cambios de domicilio.

Además, se indica que el 20% son abandonados, 20% tienen dueño y el 60% viven en la calle, en condiciones inapropiadas. (El Telégrafo, 2018). Por lo cual, las esterilizaciones no bastan para el control de la sobrepoblación de animales. Positivo

Por otro lado, una de las principales causas de estrés en los animales es la imposibilidad de adaptarse a cambios, por lo cual genera problemas de conducta, otras de las causas de estrés es la separación del dueño por lapsos de tiempos ya sea cortos o largos, sienten ser abandonados y esto les genera ansiedad. (Tiendanimal, 2018). Sin embargo, existe fundamentos por expertos que la atención hacia los animales les causa sentirse felices. Negativo

Entorno tecnológico

Tabla 6: Entorno Tecnológico

Factor	Impacto
Hoy en día nuevas tecnologías son de gran ayuda para localizar a la mascota sin ningún problema, uno de estos son los GPS, como Tractive GPS el cual se puede localizar a la mascota utilizando un APP desde el móvil, el mismo que le da un reporte del historial de los lugares que estuvo la mascota de las últimas 24 horas. (ABC Hardware, 2017)	Positivo
Según un estudio realizado por Tendencias Digitales.com, la penetración del internet en Ecuador es de 77% el cual se espera que siga creciendo, mientras que en la ciudad de Quito el 67,1% de las personas ha usado internet durante los últimos 12 meses. En cuanto al uso de las redes sociales se observa que la principal razón de uso del internet es obtener información (38%), comunicación en general (31,5%), educación ya aprendizaje (23,2%), trabajo (3,6%) y otros (3,7%) estos datos estadísticos	Positivo

según INEC se vieron reflejados en el año 2016 Otro dato importante es que el 70,5% de las personas que usan Internet lo hacen por lo menos una vez al día, seguidos de los que por lo menos lo utilizan una vez a la semana con el 26,0% (INEC, 2016).

Como se describen en los siguientes gráficos

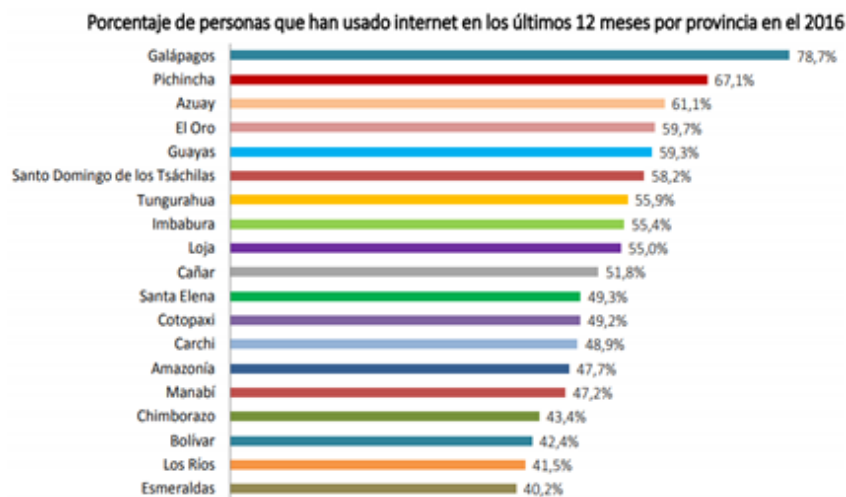


Figura No. 4: Porcentaje de uso de internet por provincia 2016

Tomando de: INEC

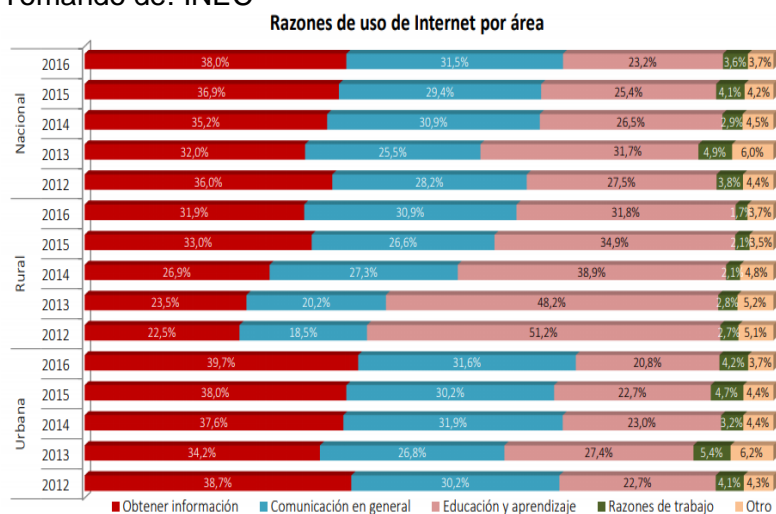


Figura No. 5: Razón de uso de internet 2012 – 2016

Tomado de: INEC

Conclusiones

Político

En el ámbito político, se observa que uno de los puntos más negativos que tiene en la incidencia para la creación del servicio de alquiler de mascotas se encuentra en la existencia de leyes establecidas para

garantizar el bienestar animal. Otro de los puntos negativos son los permisos de funcionamiento y vigilancia sanitaria, el cual son permisos rígidos para garantizar un buen control del cumplimiento sanitario.

- **Económico**

Por otro lado, en cuanto a las tasas para microcréditos dificultan para la adquisición de un crédito ya que nuevas empresas tienen tasas más altas que las demás. Sin embargo, el PIB tuvo un crecimiento de tal manera que el nivel de confianza de los consumidores aumenta y por ende se vuelven más consumidores en diferentes servicios o productos. Un ejemplo negativo de ello es el aumento de venta de alimentos y mascotas a partir del año 2015

- **Social**

Existen puntos que benefician a esta industria el cual es que hoy en día la generación millennials prefiere tener mascotas que hijos, sin embargo, el alquiler de animales puede causar estrés en los mismo.

- **Tecnológico**

Por otro lado, el uso de la tecnología como GPS favorece en la localización de los animales en caso de que se extravíen. Mientras que desde otra perspectiva el uso del internet en la provincia de Pichincha aproximadamente es el 67% por lo que es un punto a favor para poder comercializar este tipo de servicio aplicando el uso de las tecnologías de información y comunicación.

De acuerdo con lo señalado anteriormente, los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, se evidencia algunas potencialidades en esta industria que le facilitan la entrada, tales como la destinación de recursos económicos que dan las personas para las mascotas, el nuevo estilo de vida de brindar bienestar a mascotas, el uso de medios de tecnología de información y comunicación y el aumento de confianza en las personas para adquirir bienes o servicios.

2.1.2. Análisis de la industria (Porter)

Tabla 7: Análisis Porter

	Nada atractivo	Poco atractivo	Neutral	Atractivo	Muy atractivo	Calificación	Promedio de calificación	
Amenazas de nuevos competidores entrantes								
Diferenciación del producto o servicio			3			3	2,8	
Requerimiento de capital			3			3		
Experiencia			3			3		
Barreras de entrada		2				2		
Amenaza de productos sustitutos								
Precios de los productos sustitutos				4		4	3,3	
Disponibilidad de sustitutos				4		4		
Costos de cambio al comprar un sustituto		2				2		
Rivalidad entre empresas competidores								
Cantidad de competidores					5	5	4,0	
Crecimiento de la Industria				4		4		
Barreras de salida			3			3		
Poder de negociación de los clientes								
Concentración de clientes				4		4	3,0	
Influencia de precio			3			3		
Producto sustitutos		2				2		
Poder de negociación de los proveedores								
Cantidad de proveedores			3			3	2,5	
Costo de migración de proveedores		2				2		
Precios de productos a proveer	1					1		
Disponibilidad de insumos sustitutos				4		4		
Total Análisis Industria								
Amenazas de nuevos competidores entrantes							2,8	3,1
Amenaza de sustitutos							3,3	
Rivalidad entre empresas competidores							4,0	
Poder de negociación de los clientes							3,0	
Poder de negociación de los proveedores							2,5	

▪ Amenazas de nuevos competidores entrantes

En cuanto al análisis de nuevos competidores se obtuvo una calificación promedio de 2,5 debido a que este tipo de industria tiene varios reglamentos que se debe cumplir para su funcionamiento como ordenanzas, control y registros sanitarios. Por otro lado, el requerimiento de inversión es accesible el cual es aproximadamente de \$50.000 dólares para su infraestructura e instalaciones. (Revista Lideres, 2015)

- **Amenaza de productos sustitutos.**

Por otro lado, la fuerza de amenaza de productos sustitutos busca identificar todo tipo de amenazas que se puede tener con servicios similares o sustitutos, el cual en esta industria el principal sustituto son los refugios de animales que brindan hogares temporales cuando este tiene demasiadas mascotas.

En otras palabras, en una semana rescatan alrededor de 70 animales en un espacio en donde no les pueden dar los mismos cuidados que a todos. Los refugios adquieren deudas que exceden los \$1.000 y no logran pagar por falta de donaciones. (El Comercio, s.f.).

Finalmente, es una amenaza a la industria ya que se puede adquirir un servicio similar sin necesidad de pagar por el mismo.

- **Rivalidad entre empresas competidores**

De acuerdo a la investigación realizada la rivalidad entre empresas competidoras obtuvo una calificación de 4,0 el cual se puede interpretar como una oportunidad debido a que esta industria no cuenta con competidores directos, ya que la principal competencia de alquiler de animales está en páginas web tales como: Olx, Mercado libre, vale recalcar que esta competencia no son empresas sino personas naturales.

En cuanto, al crecimiento de la industria, al no existir datos específicos en las ventas en la industria de alquiler de animales, se considera como referencia a la venta de mascotas y venta de alimentos de mascotas. De tal manera, que tiene un crecimiento de 54,8% en relación con los años de 2015 a 2016 (Saiku, 2016)

- **Poder de negociación de los clientes**

Esta fuerza obtuvo una calificación de 3,0 debido a los hogares temporales para animales que compiten con la industria de alquiler. En otras palabras, los refugios de animales no cobran ningún precio, para poder compartir tiempo con mascotas por un tiempo definido a la conveniencia de la persona.

Frente a lo señalado anteriormente las personas podrían brindar un refugio temporal, debido a esto se considera como una amenaza.

- **Poder de negociación de los proveedores**

La fuerza de poder de negociación de los proveedores obtuvo una de las calificaciones más bajas, es decir de 2,5 debido a que los proveedores establecen precios altos para las mascotas dependiendo de las razas.

Es decir, como lo señala OLX, aproximadamente los precios de las mascotas fluctúan entre \$30 dólares hasta \$500 dólares. (OLX, 2018). Los proveedores se encuentran tanto en tiendas de mascotas como son; Mundo Mágico de la mascota, Cani, Comisariato de las mascotas...etc., o también en páginas web como: OLX y Mercado Libre.

Hay que tomar en cuenta que también existen proveedores de alimento para mascotas en la cual se destaca: Pronaca, Pro Paln, James Brown, Promax, entre otros.

Los proveedores antes mencionados fijan precios según la cantidad de pedidos(kg) que hace cada comprador. Los precios de los alimentos para animales se encuentran en un rango entre \$35 a \$90 por cada 30kg de alimento. (Mercado Libre, 2018)

Conclusión de análisis Porter

De acuerdo con lo analizado esta industria puede ser competitiva pese a su baja calificación, tales razones son que este tipo de negocios no está saturado en el Ecuador el cual puede ser un factor positivo para empresas entrantes, no existe sustitutos directos y no hay una rivalidad directa.

Por otro lado, el punto con mayor impacto de forma negativa son los altos costos que tienen los proveedores para la industria de alquiler de animales, incluyendo los precios para la alimentación de los animales el cual está en un rango estimado de \$35 a \$90 las 30kg dependiendo de los gramos del producto

2.1.3. Análisis de la matriz EFE

La matriz EFE o evaluación de factores externos es una herramienta necesaria para entender de forma resumida los factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos de una industria para poder evaluarle las fuerzas y debilidades con mayor impacto.

Tabla 8: Matriz EFE

Factores Externos	Ponderación	Calificación	Calificación Ponderada
Oportunidades	0,50		1,79
Los hogares ecuatorianos gastan \$1'683.000 dólares por mes en servicios de veterinaria, peluquería y guardería para atender a sus mascotas. (El Diario, 2017)	0,12	3	0,36
La penetración del internet en Ecuador es de 77% el cual se espera que siga creciendo. (INEC, 2016)	0,14	4	0,56
En el primer trimestre del año 2018 el PIB tuvo un aumento del 1,9%. (BCE, 2018).	0,09	3	0,27
Los millennials tratan de concientizar a las personas que adopten y así inculcar una tenencia responsable. (El Comercio, 2018)	0,15	4	0,6
Amenazas	0,50		1,28
Microcréditos tienen tasas más altas que las demás. (El Telégrafo, 2018)	0,11	2	0,22
Se debe cumplir con las ordenanzas del Distrito Metropolitano de Quito	0,11	2	0,22
Cumplir con el control y vigilancia sanitaria según el Ministerio de Salud	0,12	3	0,36
Las ventas netas locales de alimento de mascotas y venta de mascotas se encuentran en crecimiento desde el año 2014. (Saiku, 2017).	0,16	3	0,48
Total	1,00		3,07

El resultado de la matriz EFE es de 3,07 el cual significa que la industria se encuentra por encima del promedio. En otras palabras, existen más oportunidades que amenazas en la industria, lo cual genera que sea un tipo de negocio potencial para invertir.

En cuanto a las oportunidades se encuentra la destinación de recursos económicos que dan las personas para las mascotas, el nuevo estilo de vida de

brindar bienestar a mascotas, el uso de medios de tecnología de información y comunicación y el aumento de confianza en las personas para adquirir bienes o servicios.

Finalmente, las amenazas encontradas son posibles vencerlas o evitarlas con las oportunidades mencionadas anteriormente.

3. ANALISIS DEL CLIENTE

3.1. Investigación cualitativa y cuantitativa

3.1.1. Metodología de investigación

Oportunidad de mercado

En la actualidad en Ecuador no existe un servicio de alquiler de mascotas, pese a la demanda insatisfecha por parte del grupo de los (millennials, personas de la tercera edad, jóvenes, personas con discapacidades) quienes no tiene la posibilidad de tener una mascota propia por varios factores como: falta de tiempo, prohibición en de tener mascotas en los departamentos, por lo que a través de este proyecto se busca abastecer la demanda insatisfecha del cliente interesado en el servicio, podrá alquilar a la mascota ya se por horas o días. Además, cubrir un mercado con la necesidad en temas terapéuticos para diferentes personas como: limitaciones físicas, o problemas psicológicos.

A continuación, se menciona los problemas y objetivos para la investigación del análisis del cliente.

Problema de decisión administrativa

¿Es rentable crear un servicio de alquiler de perros para las personas en el Distrito Metropolitano de Quito?

Problema de investigación de mercados

¿Qué características debe tener el servicio de alquiler de mascotas para ser aceptada en los posibles clientes millennials y limitaciones físicas de Quito?

Objetivos generales

Determinar la aceptación del servicio de alquiler de perros de raza y perros mestizos adiestrados en la ciudad de Quito mediante la investigación de mercados.

Objetivos específicos

1. Determinar cuántas personas aceptarían el servicio de alquiler de perros.
2. Determinar por medio del método Van Westendorf la disposición a pagar para poder ofertar el servicio en el Distrito Metropolitano de Quito.
3. Identificar que características del servicio de alquiler de perros son primordiales para decidir la adquisición de los clientes en el Distrito Metropolitano de Quito.
4. Determinar las características y condiciones para ofertar el servicio de alquiler de mascotas.

Preguntas de investigación de mercados e hipótesis.

- **¿Ha escuchado sobre el servicio de alquiler de animales?**
Se afirma que el 70% de las personas conoce o escuchado que se puede alquilar mascotas por diferentes factores.
Ho: $\mu=70\%$ personas tiene algún conocimiento acerca del servicio de alquiler de mascotas.
- **¿Qué animales tiene usted o le gusta?**
Se afirma que el 90% de los las personas prefieren tener un perro que un gato u otra mascota.
Ho: $\mu=90\%$ prefieren tener un perro
- **¿Diariamente cuánto tiempo dispone o dispondría para el cuidado de su mascota?**
Se afirma que el 25% de las personas dedican tiempo para el cuidado de sus mascotas de forma diaria de 7 a 8 horas
Ho: $\mu=25\%$ decidan al cuidado de su mascota de 7 a 8 horas diarias
- **Para adquirir una mascota que prefiere: comprar, adoptar, alquilar.**
Se afirma que el 80% de las personas prefieren adoptar a alguna mascota, que comprarla
Ho: $\mu=80\%$ adoptan mascotas
- **¿Qué aspectos consideraría como relevantes al momento de contratar un servicio de alquiler de mascotas adiestradas?**

Se afirma que los potenciales clientes prefieren la raza y brindar una mejor oportunidad de vida a perros sin hogar como factores primordiales para la decisión de adquisición del servicio de alquiler de perros.

Ho: $\mu=55\%$ prefieren precio y brindar una mejor oportunidad de vida a perros sin hogar

- **¿Porque adquiriría el servicio de alquilar una mascota adiestrada?**

Se afirma que el 40% de las personas adquirirá este servicio de alquiler de perros para temas terapéuticos.

Ho: $\mu=40\%$ alquilaría un perro para temas terapéuticos

- **¿Cuáles razas de perros son sus favoritas?**

Se afirma que el 70% de las personas prefieren las razas grandes como Labrador y Golden.

Ho: $\mu=70\%$ prefieren las razas como Labrador y Golden

- **¿Qué precio entre \$4 a \$12 considera justo para este tipo de servicio?**

Se afirma que el 75% de las personas pagan \$8 dólares por una hora en el servicio de alquiler de mascotas.

Ho: $\mu=75\%$ pagan \$8 dólares por una hora

- **¿A través de que medio le gustaría conocer este servicio de alquiler de mascotas?**

Se afirma que el 95% de las personas les gustaría conocer este servicio a través de redes sociales.

Ho: $\mu=95\%$ les gustaría conocer este servicio mediante redes sociales

- **¿Estaría dispuesto a adquirir este tipo de Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados)?**

Se afirma que el 25% de las personas están dispuestas a adquirir el servicio de alquiler de perros.

Ho: $\mu=25\%$ adquirirán el servicio de alquiler de perros

3.1.2. Análisis cualitativo

La investigación cualitativa fue realizada a través de dos encuestas a expertos en el tema y un focus group de tal manera que se pudo obtener información que se mencionara a continuación.

ENTREVISTA A EXPERTOS

El objetivo de esta entrevista es importante ya que nos permite conocer información que abarca a temas relacionados con este tipo de negocio, tanto como el desarrollo y desempeño de la empresa.

Metodología.

En las entrevistas se definieron un conjunto de preguntas de forma abierta con el fin de conocer y determinar temas de interés para el plan de negocios.

Entrevista 1: Lord Gua. (Ver Anexo 1)

- Nombre: Miguel Fraga
- Cargo: Mantenimiento, adiestramiento y atención de las mascotas por 13 años
- Fecha: 9 Junio 2018
- Lugar: Eugenio Espejo y Panamericana

Entrevista 2: Médico Veterinario. (Ver Anexo 2)

- Nombre: Pamela Martínez
- Médico Veterinario de la Universidad Central del Ecuador de la facultad de medicina y zootecnia.
- Fecha: 17 Junio 2018
- Lugar: Pifo

Tabla 9. Resumen de entrevista

Experto 1	Experto 2
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lord Gua tiene como giro de negocio ser una guardería, adiestramiento, hospedaje 5 estrellas, peluquería, traslados internacionales, cementerio, maternidad, cremaciones, siendo así los servicios más 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las razas más recomendadas son: Labrador y Golden ya que son inteligentes, cariñosos, dóciles y sociables. ▪ Los perros mestizos son recomendados para una aventura o paseo ya que son bastante enérgicos.

-
- usados adiestramiento y guardería.
 - El perfil de consumidores que optan por este servicio tiene una clase social alta
 - Los precios de hospedaje por noche tienen un precio de \$15
 - Los más importante para los clientes es una atención personalizada
 - Las mascotas deben ser atendidos para prevenir enfermedades.
 - Los perros que han a travesado situación de vivir en las calles desarrollan defensas más altas ante enfermedades.
-

FOCUS GROUP

El grupo focal consiste en una entrevista que se realizó a un pequeño número de participantes, de forma que se escuchó sus opiniones de diferentes temas de interés para la investigación.

- Fecha: 10 Junio 2018
- Lugar: Eugenio Espejo y Panamericana

Metodología.

Se seleccionaron 8 personas entre un rango de 19 a 29 años que sean apasionados a las mascotas, pero que no necesariamente tengan una en sus hogares, con residencia en la ciudad de Quito.

Para realizar la investigación se contó un moderador para guiar el debate y conocer las diferentes opciones que tenía cada uno. Se presento un video como introducción para conocer en que se base el servicio del este plan de negocios de esta manera se logró conocer diferentes puntos de vista. Las preguntas realizadas se las puede encontrar en la sección de anexos. (Ver Anexo 3).

Objetivo: Conocer y analizar las diferentes opiniones, sugerencias, gustos y preferencias del grupo focal en cuanto al servicio de alquiler de mascotas.

Resumen

El grupo focal se inició con la presentación de cada uno de los participantes de la sesión.

Posterior a ello, se plantearon cada una de las preguntas para conocer cuál es la importancia de poseer mascotas y dedicar tiempo.

De forma resumida se realizaron las preguntas encaminadas de identificar: gustos y preferencias, características del producto cuyos resultados generales:

Tabla 10. Matriz - resumen

Grupo Focal	
Gustos y preferencias	El grupo focal menciona que optarían por alquilar un perro ya que se puede escoger el rango de horas a la conveniencia de cada persona además se pudo conocer que las razas favoritas, las cuales son los mestizos, bulldog inglés, labrador, pastor alemán, Golden retriever, husky y pekinés.
Sugerencias	<p>los participantes estaban en contra del alquiler de mascotas, ya que lo ven de una manera no ética el hecho de lucrar con mascotas, pero como sugerencia comentaron que ser casos para terapias de personas u adultos mayores si optarían por este tipo de servicio.</p> <p>Otra sugerencia que se dio a conocer es que, para este servicio de alquiler de mascotas, se debe tener políticas que puedan preservar el bienestar del animal, es decir un seguimiento de aquellas personas que optaría por el servicio para evitar conflictos y problemas</p> <p>Por otro lado, otra sugerencia es la elección por horas según la disponibilidad de tiempo que tenga el cliente.</p> <p>Finalmente, otra sugerencia es que rango de precio se recomienda ir desde \$5 hasta \$8 dólares por la hora de alquiler.</p>

Demanda insatisfecha	<p>Los participantes mencionan que preferirían conocer este servicio a través de redes sociales ya que este medio de comunicación es el más usado por lo que la generación millennials, están de la mano con el internet.</p> <p>En base a los resultados de los participantes se puede decir que el tener una mascota es muy importante y valioso, la consideran como un integrante más de su familia, por lo que mencionan que es indispensable contar con políticas y una guía para poder acceder al servicio de alquiler y garantizar el bienestar de las mascotas</p>
---------------------------------	--

3.1.3. Análisis cuantitativo

Tamaño de la muestra

Para la investigación de mercado se determinó el tamaño de la muestra se hizo una síntesis en base a características de segmentación del mercado potencial que va dirigido nuestro proyecto.

Para el cálculo se obtuvo 660.131 personas que están dentro del Distrito Metropolitano de Quito, comprendido de la clase media y alta con una edad de 20 y 39 años.

En función de lo anteriormente señalado las personas que les gustan las mascotas, se tomó como referencia el proyecto Urbinimal el cual nos indica que el 60% de personas al menos tiene una mascota en su hogar. (Telégrafo, 2015)

Para la determinación del tamaño de la muestra se realizó a través de la siguiente formula.

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

Figura No. 6 Formula para la determinación de la muestra
Tomado de: Feedback Networks

Tabla 11. Determinación de la muestra

N= Tamaño de la población	660.131
K= Nivel de confianza	1,15
e= error muestral deseado	5%
p= Probabilidad de éxito	0,5
q= Probabilidad de fracaso	0,5
n= tamaño de la muestra	132

Adaptado de: Feedback Networks.

El tamaño de la muestra es de 132 personas para la presente investigación, lo cual significa que se debió realizar las encuestas a 132 personas, sin embargo, en base a los parámetros que se establecen la encuesta se realizó a 50 personas con el perfil de cliente que mencionamos anteriormente.

Para el diseño y ampliación de las encuestas se realizó la prueba piloto con su respectiva retroalimentación para proceder a las encuestas finales. (Ver Anexo 3)

Retroalimentación prueba piloto:

Según la retroalimentación dado por los encuestados, se pudo tomar como sugerencia cambiar la opción de “pasar con niños” de la pregunta numero 6 el cual será mejor estructurada con la opción de “Compañía amigable para niños”.

Otra observación que se pudo considerar es en las preguntas de Van Westendorp, el cual las opciones serán cambiadas a la opción desplegable ya que al introducir la respuesta puede escoger valores fuera de los rangos establecidos para el modelo de fijación de precio.

Respuesta a hipótesis:

- **¿Ha escuchado sobre el servicio de alquiler de animales?**

Con la información recolectada podemos rechazar la hipótesis planteada ya que el 48% de las los encuestados conoce o escuchado que se puede alquilar animales por diferentes factores.

- **¿Qué animales tiene usted o le gusta?**

Se rechaza la hipótesis ya que se pudo determinar que 82% de las personas prefieren tener un perro que un gato u otra mascota.

- **¿Diariamente cuánto tiempo dispone o dispondría para el cuidado de su mascota?**

Según la información obtenida se rechaza la hipótesis ya que el 8% de las personas dedican tiempo para el cuidado de sus mascotas de forma diaria de 7 a 8 horas

- **Para adquirir una mascota que prefiere: comprar, adoptar, alquilar.**

Se rechaza la hipótesis ya que el 60% de las personas prefieren adoptar a alguna mascota, que comprarla

- **¿Qué aspectos consideraría como relevantes al momento de contratar un servicio de alquiler de mascotas adiestradas?**

Se rechaza la hipótesis ya que las personas ven como los aspectos más importantes el precio y brindar una mejor oportunidad de vida a perros sin hogar como factores primordiales para la decisión de adquisición del servicio de alquiler de perros.

- **¿Porque adquiriría el servicio de alquiler una mascota adiestrada?**

Se rechaza la hipótesis ya que los principales motivos del porque adquirirían este servicio es compañía y temas terapéuticos.

- **¿Cuáles razas de perros son sus favoritas?**

Según datos obtenidos se rechaza la hipótesis ya que el 36,7% prefieren los perros mestizos

- **¿Qué precio entre \$4 a \$12 considera justo para este tipo de servicio?**

Se rechaza la hipótesis ya que el 22% de las personas considera que el precio justo es \$7 dólares

- **¿A través de que medio le gustaría conocer este servicio de alquiler de mascotas?**

Con la información recopilada se rechaza la hipótesis ya que el 76% de las personas les gustaría conocer este servicio a través de redes sociales.

- **¿Estaría dispuesto a adquirir este tipo de Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados)?**

Se rechaza la hipótesis ya que el 86% de las personas estarían dispuestos a adquirir el servicio de alquiler de perros de raza y mestizos.

Resultados del análisis cuantitativa:

La investigación cuantitativa se hizo por medio de encuestas con una serie de preguntas de opción múltiple a 50 personas elegidos por afinidad las mismas que cumplen con perfil socioeconómico, con el fin de obtener conclusiones provisionales respecto al plan de negocio. (Ver Anexo 4).



Figura No. 7 Las 4Ps (producto, precio)



Figura No. 8 Las 4 Ps

Perfil socioeconómico

- Personas de género masculino y femenino.
- Gusto por las mascotas.
- Residencia en la ciudad de Quito
- Personas de clase alta y media
- El 76% de los encuestados tiene edad entre 20 a 30 años y el 24% restante son personas entre 31 y 50 años.
- El 86% de las personas adquiriría el servicio de alquiler de mascotas.
- Al menos el 48% de los encuestados han escuchado o saben acerca del alquiler de animales.

Producto

- Las características que prefieren las personas de este servicio es que tenga un catálogo con diferentes tipos de razas de perros, tengan un

carnet con certificación de salud y sean adiestrados con el fin de brindar una mejor vida a perros sin mestizos sin hogar.

- Prefieren los perros mestizos y las razas grandes como: labrador y golden
- El 30% de los encuestados adquiriría este servicio para tener la una compañía de una mascota, mientras que el otro 30% lo haría con fines de temas terapéuticos.

Precio

- El 21% de los encuestados considera un precio justo para el servicio de alquiler de mascotas por una hora es de \$7
- Según el método Van Westendorf es precio optimo es \$6,50. (Ver Anexo 5)

Plaza

- El método de compra del servicio lo prefieren hacer por redes sociales (34%). Mientras que otros lo prefieren adquirir por medio de un establecimiento físico (32%)
- El 76% de los encuestados prefieren conocer este servicio por medio de las redes sociales.
- El 16% prefiere conocer este servicio a través de feria de mascotas.

Promoción

- El 42% de los encuestados prefieren conocer las promociones o información del servicio cada 15 días a través de redes sociales. El 24% prefieren tener notificaciones de esta al menos dos veces a la semana.
- Posibilidad de elegir el rango de horas para pasar con la mascota adquirida. Los encuestados prefieren tener tarifas promocionales como: descuentos por cantidad de horas, cupones de descuentos.

Conclusiones de la investigación de mercados.

- Tan solo el 48% de los encuestados conocen el servicio de alquiler de mascotas o similares por lo cual no es un servicio muy conocido en el mercado de Quito, de tal manera que la entrada a este tipo de negocio podría tener dificultad de aceptación por el cliente al principio del proyecto.

- El 86% de los encuestados adquirirán el servicio de alquiler de mascotas por temas como compañía y terapéuticos.
- El 36% de las personas prefieren perros mestizos mientras que el 32% se inclinan por razas como golden y labrador
- Las razas más usadas para temas terapéuticos son golden, labrador, french poodle y cocker spaniel tomando en cuenta que deben tener adiestramiento para estos usos.
- Se logro analizar que disponer de un catálogo con diferentes perros, carnet con certificación de salud y adiestramiento son los principales atributos que toman en cuenta para decidir la adquisición del servicio.
- El 76, 5% de las personas investigadas menciono que los medios de comunicación para dar a conocer el servicio que prefieren son las redes sociales, donde se puede brindar más información y promociones del servicio, el cual el 43,1% prefieren recibir información cada 15 días.
- Se determinó que el precio justo que pagarían las personas es de \$7 dólares.
- Según el método Van Westendorp se determinó que el servicio de alquiler de mascotas adiestradas debe fijarse a un precio de \$6,50 dólares por la hora de alquiler. (Ver Anexo 5)
- El medio para la adquisición del servicio más solicitado es a través de las redes sociales la cual las personas se sienten con mayor facilidad adquirí este servicio por este medio, además puede crearse un establecimiento físico para facilitar el contacto del cliente con las mascotas que puede adquirir.
- El hecho de lucrar con mascotas lo ven por un lado no ético. Sin embargo, adquirirán el servicio de un perro adiestrado si es en temas terapéuticos.
- Para el cuidado de los perros mestizos y perros de raza se debe tener un control para prevenir enfermedades ya que estas pueden ser más susceptibles a tener enfermedades el cual depende de su sistema inmunológico.
- Se determinó que el 96% de las personas investigadas para este servicio de alquiler de mascotas, si aceptarían la implementación de políticas que puedan preservar el bienestar del animal, es decir un seguimiento de

aquellas personas que optaría por el servicio para evitar conflictos y problemas.

- Finalmente encontramos que las personas disponen de 1 a 2 horas para el cuidado de una mascota, lo cual es un punto a favor a satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Océano azul

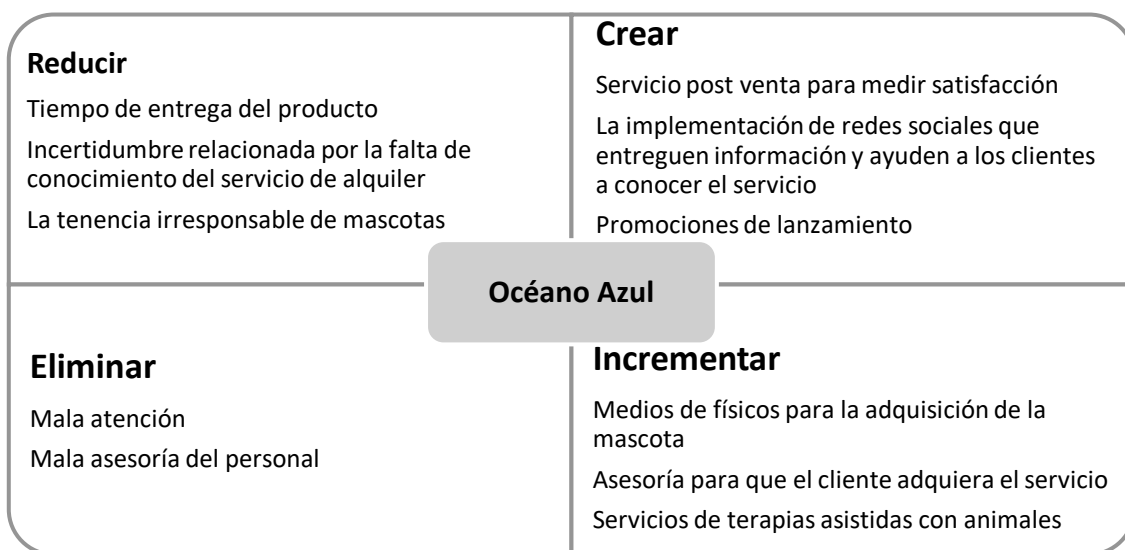


Figura No. 9 Océano azul

Oportunidad del negocio

Según el análisis externo se interpreta que una oportunidad de negocio es el alquiler de mascotas. Según datos de INEC las personas dedican tiempo a sus macotas en un promedio de 2 horas y 21 minutos a la semana, por lo cual no disponen de tiempo completo para asumir la responsabilidad de poseer un animal propio.

Al crear un servicio de alquiler de macotas se brinda la oportunidad de que las personas puedan optar para tener una mascota por un tiempo específico según los mismos lo requieran sin incurrir en una responsabilidad de cuidarla una mascota propia.

Por otro lado, se considera como oportunidad el mercado de mascotas, ya que en Quito existe una sobrepoblación de aproximadamente 300 000

animales que son callejeros y viven en condiciones de abandono debido a que las personas no tienen una actitud para la tenencia y cuidado responsable de mascotas. (El Comercio, 2016).

Otra oportunidad de negocio, que se puede mencionar en el análisis externo, radica en que la industria de alquiler de animales es un mercado que no está saturado ya que no es muy incursionado, por lo que no existe una rivalidad directa de competidores en el mismo. (Saiku, 2017).

A lo señalado anteriormente se suma que el presente plan de negocios diversifica sus servicios. Por otro lado, está enfocado en el rescate de perros abandonados el cual no involucra un precio para adquirirlo.

Hay que tomar en cuenta que si implica los costos mínimos en brindarles cuidado para su salud y alimentación.

Por otro lado, en cuanto al adiestramiento canino, es importante mencionar que el Centro Regional de Adiestramiento Canino (CRAC) brinda cursos gratuitos de adiestramiento canino el cual el perro aprende a mejorar su compartimiento y obediencia canina. Por lo general el CRAC suelen dirigir este curso durante cinco fines de semana con una duración de cuatro horas cada clase. (Ministerio del Interior, S.F.)

Desde otra perspectiva, mediante el análisis interno y la identificación de la demanda insatisfecha, se evidencio que las personas de clase alta que hacen uso del servicio de hospedaje para sus mascotas, por un tiempo de unos 15 días hasta un mes, lo cual involucra en altos costos del mismo, cada noche de hospedaje tiene un costo desde \$10 a \$20 dólares.

Frente a lo cual el presente plan de negocios presenta una nueva oportunidad de inversión ya que este tipo de personas que no disponen de su tiempo completo para tener su mascota y cuidarlas, pagan altos costos.

Por lo que se brindara una alternativa a través de una captación de mayores clientes mediante una promoción de paquetes por cantidad de horas que adquiera el usuario, es decir, por la compra de 2 horas de alquiler la tercera saldrá a mitad del precio es decir \$3,25. Esta promoción se ajustará por

temporadas especiales y a la cantidad de horas que la requieran, de tal modo que las personas no entren en gastos altos en una mascota propia.

De acuerdo con la investigación realizada los potenciales clientes del servicio de alquiler lo adquirirán por dos razones: el primero por la necesidad de la compañía de una mascota, y el segundo para temas terapéuticos.

La evidencia empírica demostró una aceptación del servicio de alquiler de mascotas en un 86% de potenciales clientes ya que consideran como una forma atractiva tener la posibilidad de adquirir una mascota, según la disposición que lo requieran y la raza que quieran elegir.

Adicionalmente, la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el servicio de alquiler de mascotas con un precio considerable como accesible en un rango \$6 a \$7 por hora.

Dicho cálculo se basó en el método Van Westendorp para definir el precio óptimo que alcanza a \$6,50 dólares la hora.

Finalmente, las diferentes opiniones y preferencias de las personas se logró determinar que en este mercado existe la oportunidad de ofertar este tipo de servicio de alquiler ya que es un mercado muy selectivo en donde se encuentra potenciales clientes (millennials, personas de la tercera edad, jóvenes, personas con discapacidades).

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Estrategia general de marketing

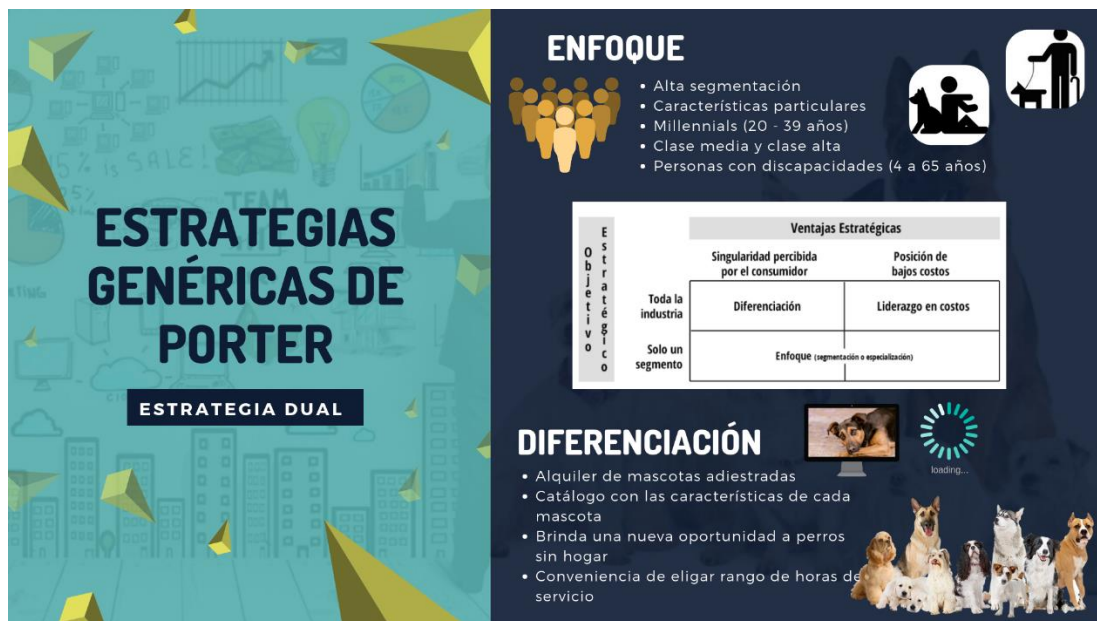


Figura No. 10 Estrategia dual

La estrategia que se eligió según las estrategias genéricas de Porter, será una estrategia dual, es decir una mezcla entre diferenciación y enfoque.

La estrategia de enfoque está dirigida a un segmento en particular, es decir es a un mercado objetivo con características particulares, que para el presente proyecto son las personas tanto millennials de clase media y clase alta.

Adicionalmente, se enfocará en un mercado específico que son las personas no videntes, es decir son personas que necesiten terapias con mascotas.

En cuanto a su diferenciación, se ofrecerá un servicio único de alquiler de mascotas, de tal manera que el cliente pueda optar por diferentes rangos de tiempo según la conveniencia.

Este servicio se promocionará a través de un catálogo donde se muestran las características de cada una de las mascotas.

Es importante mencionar que una ventaja de diferenciación en el presente proyecto es el lado ético ya que brinda una nueva oportunidad a perros sin hogar que deambulan por las calles, tomando en cuenta que cada uno de los perros será previamente entrenado, para atender las demandas y requerimientos del cliente.

Estrategia de posicionamiento

Según Philip Kotler el posicionamiento es el lugar que ocupa una marca o un producto en la mente o pensamiento de los clientes en relación con los de la competencia. (El Marketing, 2018)

Por lo cual para el presente proyecto se establece la estrategia de posicionamiento “Mas por lo Mismo”, ya que mediante esta estrategia se da más beneficios por el mismo precio, es decir mediante el servicio de alquiler brinda mascotas adiestradas para ser adquiridas por posibles potenciales clientes, sin que tengan que incurrir en tener un perro propio y tener que adiestralo. A continuación, se indica la matriz de posicionamiento.

		Precio		
		Más	Lo mismo	Menos
Beneficios	Más	Más por más	Más por lo mismo	Más por menos
	Lo Mismo			Lo mismo por menos
	Menos			Menos por menos

Figura No. 11 Posicionamiento
Tomado de: Marketing (2018)

5.2. Mercado Objetivo

Con base a la investigación cuantitativa y cualitativa analizada los resultados obtenidos evidencian que el cliente potencial es aquella persona que es amante de las mascotas y para su cuidado y disfrute está dispuesto a pagar por el servicio de alquiler de mascotas, aproximadamente un precio de \$6,50 tal como lo demuestra la plataforma que contiene información para cada uno de los servicios (compañía, temas terapéuticos) que ofrece el presente plan de negocios.

Es importante recalcar que se oferta una diversificación de los servicios. Así pues, se venderá el servicio de alquiler de mascotas también para persona con discapacidad, de igual modo para aquellas personas que requieren realizar sus terapias asistidas con mascotas, así como también para aquellos clientes que necesitan compañía y requieran de mascotas. A continuación, se menciona los servicios que ofrecerá el presente proyecto:

Tabla 12. Servicios

Servicios	Clientes
Compañía	Millennials
Temas terapéuticos (personas no videntes, autistas, epilépticos)	Ancianos, adultos, jóvenes y niños

En cuanto, al mercado objetivo del presenta plan de negocios, se caracterizan por:

- Los amantes de las macotas, quienes están dispuestos a alquilar un perro, por un tiempo determinado, según lo solicitado por el cliente.
- Personas millennials entre 20 a 36 años y personas entre 37 - 39 años quienes pertenecen a la generación X.
- Personas con discapacidades cuya edad fluctúa entre (7 a 65 años de edad), quienes puedan contratar el servicio del alquiler de una mascota para sus diferentes terapias como compañía a personas con discapacidades físicas. Es importante mencionar que no se considera el rango de edad mayor a 65 años ya que el tipo de discapacidades que deben enfrentar estas personas demandan sobre todo de cuidado y de atención de profesionales de salud.

A continuación, se explica la segmentación del plan de negocios de servicio de alquiler de mascotas para evidenciar el tamaño del mercado. Según las segmentaciones analizadas anteriormente se determinó el siguiente mercado objetivo:

Tabla 13. Segmentación

SEGMENTACIÓN	Variables	Población	%
Geográficas	Población Nacional Ecuador	15.952.441	100%
Socioeconómico	Clase Alta y media	5.726.926	36%
Geográficas	Quito	2.644.145	46%
Demográficas	Población entre 20 a 39 años	1.530.704	58%
Conductuales	Personas que usan internet	1.025.572	67%
Psicográfica	Conviven con mascotas o les guste	615.343	60%
	Personas con discapacidad entre 7 a 65 años		
Demográficas	Pichincha	53.974	100%
	Quito	48.091	89%
Proyecto	Mercado potencial	663.434	
	%Captación del mercado	0,1%	
	Mercado objetivo	663	

Adaptado de: INEC

En este contexto, la población en Ecuador es de 15.952.441 en la cual de esta población la clase alta y media es representada por un 35,90%

El plan de negocios está enfocado en atender el mercado de Quito en un rango de edad de 20 a 39 años con características de la generación millennials, la cual es representada por una población de 1.530.704 según el Censo Nacional el cual se considera a las personas que usan internet siendo este un porcentaje del 67% de las personas.

En cuanto a la segmentación para personas con discapacidad se consideró en un rango específico de 7 a 65 años con ubicación en Quito que son 48.091 personas. Tomando en cuanto las variables antes mencionadas se considera un mercado potencial de 663.434 el cual se captará un mercado del 0,10% siendo así un número de personas como mercado objetivo de 663 que posiblemente son clientes potenciales que adquirirán el servicio.

Todo lo señalado anteriormente es resultado de la segmentación de mercado para lo cual se consideraron algunos criterios socioeconómicos, los mismos que se describen a continuación:

Segmentación Geográfica

El plan de negociaciones brinda el servicio en línea mediante el uso de una plataforma, la cual contiene un catálogo con todas las características que contemplan la presentación de servicio de alquiler de perros. Este servicio será ofrecido en la ciudad de Quito.

Segmentación Demográfica

El negocio se desarrollará en función de dos tipos de mercados (local, nacional). En cuanto a los potenciales clientes como se describió anteriormente se encuentra los millennials de clase media y alta, y personas con discapacidades. Como se describe a continuación

Tabla 14. Población por Edad

Población por grupo de edad de Quito	
De 20 a 24 años	430.050
De 25 a 29 años	419.328
De 30 a 34 años	364.696
De 35 a 39 años	316.630
Total	1.530.704

Adaptado de: INEC Población por grupo de edad

A continuación, se describe algunas características socioeconómicas de las personas con discapacidad de la ciudad de Quito:

PERSONAS CON DISCAPACIDAD REGISTRADAS

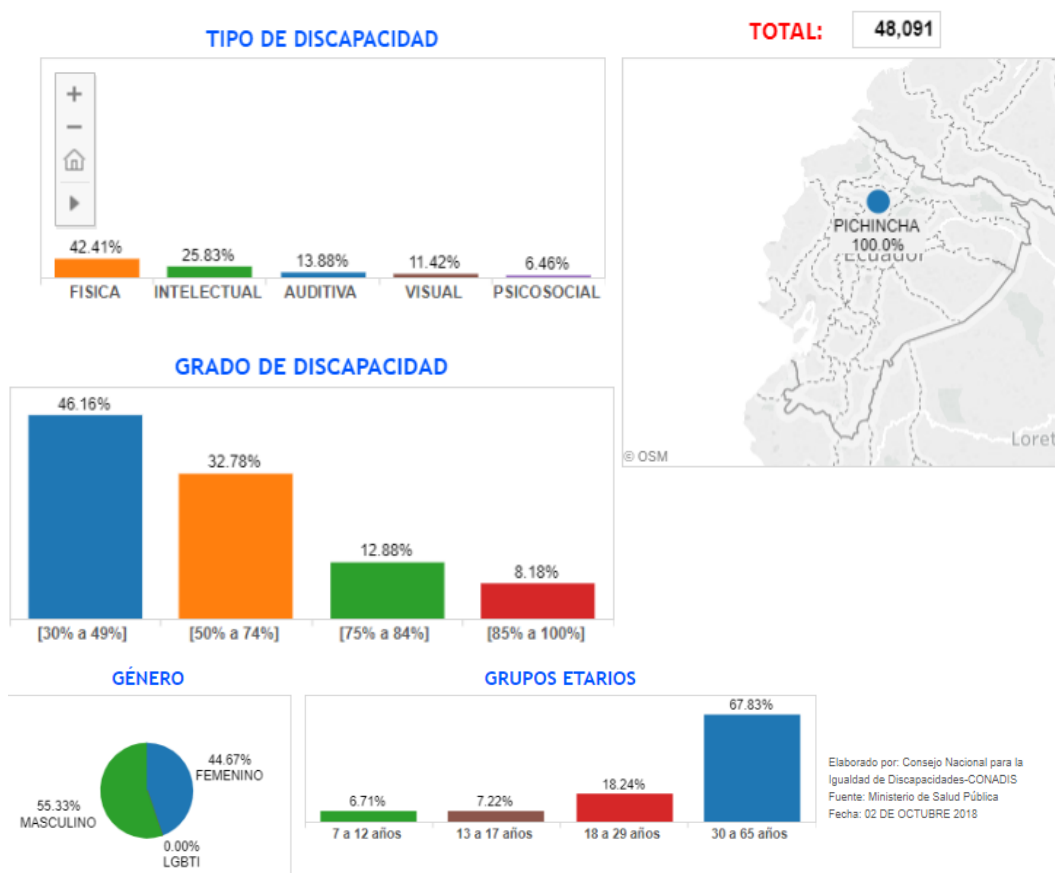


Figura No. 12. Personas con discapacidades en Pichincha

Tomado de: CONADIS Estadísticas de Discapacidad

5.3. Propuesta de valor

El alquiler de servicios de mascotas ofrecerá mediante la plataforma virtual para ello se diseñará un catálogo con cada mascota, sus características y ficha clínica

A continuación, se describe los lineamientos para acceder a la plataforma y acceder al servicio de alquiler de mascotas: a) ingresa a la plataforma, b) escoge una mascota, c) establece el rango de tiempo según la conveniencia que requiera la persona, d) llena un test para la aprobación del alquiler con el fin de que la mascota tenga seguimiento y se conozca el tipo de cliente que adquirirá el servicio, e) se escoge la forma de pago si la desea con tarjeta o contra entrega, f) elige la entrega de la mascota en el domicilio o en el establecimiento.

El presente negocio busca brindar una oportunidad de tener una mascota por un tiempo determinado según los gustos y preferencias del cliente.

Frente a los señalado anteriormente se presentará el Modelo Canvas, el cual es una herramienta estratégica que permite plasmar el modelo de plan de negocios de una forma más sintetizada.

A continuación, se describirá el Modelo Canvas en el cual se desarrollará detalladamente la propuesta de valor.

Tabla 15. Modelo Canvas

Socios clave <ul style="list-style-type: none"> Colaboradores: Veterinarios, adiestradores Proveedores de productos para el cuidado del perro Proveedores de mascotas Diseñador de página web y redes sociales Ferías de mascotas para patrocinar el servicio y la marca Alianzas con refugios de rescate de mascotas. 	Actividades clave <ul style="list-style-type: none"> Adquisición de perros. Interacción en redes sociales con clientes Promoción por marketing digital. 	Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none"> Alquiler de perros Catálogo con distintos perros Canes adiestrados y con carnet de salud Adquisición por medio físico y online Elección de horario a convenir. 	Relaciones con clientes <ul style="list-style-type: none"> Atención personalizada Asesoramiento para elección de mascota Comunicación por redes sociales y pagina web. 	Segmento de cliente <ul style="list-style-type: none"> Personas de la ciudad Quito Hombres y mujeres Millennials (20 - 36 años), generación X (37 - 39 años) Personas con discapacidad (7 - 65 años) Clase social media y alta Personas que les guste las mascotas
Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> Sueldos Inversión: Establecimiento físico, adquisición de mascotas Publicidad: Diseño y actualización en redes sociales y página web Medio de transporte para entregas a domicilio Pago de servicios básicos, bienes inmuebles para las mascotas y oficina. 		Fuentes de ingreso <ul style="list-style-type: none"> Venta de alquiler de mascotas adiestradas. Precio por una hora de alquiler \$6,50 dólares Forma de pago: efectivo y tarjeta. 		
Recursos clave <ul style="list-style-type: none"> Establecimiento físico Página web Mascotas adiestradas Personal capacitado Accesorias para el cuidado de las mascotas Vehículo 		Canales <ul style="list-style-type: none"> Canales directos: <ul style="list-style-type: none"> a) Establecimiento físico b) Página web y redes sociales 		

5.4. Mezcla de Marketing

5.4.1. Producto - Servicio

▪ Descripción del servicio

El alquiler de macotas es un servicio que brinda perros adiestrados. En otras palabras, se ofrecerá canes de asistencia para temas terapéuticos, canes guía, y mascotas con adiestramiento básico para aventuras o compañías.

Además, el servicio de alquiler de mascotas se ofertará por medio de redes sociales y pagina web mediante un catálogo con perros de distintas razas y tamaños. Es importante mencionar que también serán perro rescatados de las calles con el fin de brindarle una nueva oportunidad para mejorar la condición de vida de la mascota.

El catálogo de las distintas mascotas (perros adiestrados) dispondrá: el nombre, edad y características de cada una las mascotas. A continuación, se presenta un prototipo de cómo se presenta el diseño de la publicidad del catálogo de las mascotas.



Figura No. 13 Catalogo de mascotas

▪ Branding

Según Lamb, Hair y McDaniel, una marca "es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de estos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia". (Lamb, Hair y McDaniel, 2002, Pág. 301)

Finalmente, el nombre para el servicio de alquiler de mascotas será “HelPet” ya que el mismo representa la unión de las palabras Help = ayudar y Pet = mascota en el idioma inglés, dicho de otra manera, esto da como significado “Ayudar a una Mascota” de tal manera que se puede tener un amigo incondicional adiestrado para aquellas que lo necesiten.

A continuación, se presenta el diseño del logo con su slogan “No abandones, alquila”.



Figura No. 14 Branding

Para la elaboración del branding se hizo una mezcla de los colores: naranja y café. El primero color tiene como significado innovación, juventud, amabilidad, alegría diversión y accesibilidad, las cuales son características que brinda el servicio de alquiler de mascotas adiestradas. Por otro lado, el color café expresa estabilidad, protección y seguridad que se dará a las mascotas adiestradas para ofertar un servicio de calidad.

- **Empaque**

La mascota será entregada con previa revisión veterinaria para confirmar el bienestar de salud. Además, con anterioridad se realizará el corte de

pelo y baño de la mascota para entregar en condiciones atractivas para los clientes.

Adicionalmente, se entregará un paquete de galletas de premiación la cual contendrá diez galletas, las mismas que se entregarán en bolsas de papel, estas galletas servirán sobre todo como parte de entretenimiento de las mascotas con el usuario para premiarlo por la obediencia de los comandos del entrenamiento.



Figura No. 15 Galletas de premiación

- **Etiquetado**

Cada mascota tendrá su respectivo collar con placa de identificación en donde constará el nombre y números telefónicos del establecimiento. Además, se proporciona un manual de cuidado e historia de vida de como llego al establecimiento, debido a que algunas mascotas serán rescatadas de las calles.

- **Soporte**

El servicio post venta o soporte se tomará en cuenta varios factores para crear un cliente satisfecho las cuáles serán las siguientes:

- **Promoción:** Al ser un servicio nuevo se dará a conocer por medio de muestras o demostraciones mediante las habilidades de las mascotas adiestrada, la misma que se realizará en ferias de mascotas y ferias dentro del establecimiento físico.
- **Comunicación personalizada:** Se conocerá cual fue la experiencia del servicio que tuvo con la mascota, con el fin de mejorar el servicio, en caso de necesitarla. Además, por otro lado, a los clientes que ya hicieron uso del servicio se tendrá un base de datos para lograr la fidelización de los clientes.

- **Soporte:** Consiste en un asesoramiento para que el usuario pueda disfrutar el tiempo que alquila la mascota.

5.4.2. Precio

La determinación de precio del servicio de alquiler de mascotas se realizó a través del método Van Westendorp para definir el precio óptimo que estarían dispuestos a adquirir los potenciales clientes.

De acuerdo con los resultados presentados de la investigación cuantitativa, se estableció un precio de \$6,50 por una hora de alquiler de la mascota.

Para el servicio de alquiler de perros con adiestramiento básico y perros de asistencia tendrá un precio de venta de \$6,50. Mientras que el servicio de alquiler de los perros guía tendrán un precio \$7,50 por hora.

En lo que respecta al costeo sobre la prestación del servicio de alquiler de mascotas se describe a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 16. Costos para la mascota

Concepto del costo	Valor
Vacunas (5 dosis)	\$44,50
Vacuna refuerzo anual	\$10
Desparasitantes	\$6
Baño y limpieza	\$10
Alimentación (mensual)	\$23,94
Adiestramiento (<i>sueldo</i> /11 perros adiestrados en un mes)	\$38,18
Total costos	\$136,09

Finalmente es importante mencionar que el baño y la limpieza se realizara una vez al mes por mascota. La alimentación se realizará de forma diaria dos veces al día, para los perros mayores a 8 meses, mientras que los cachorros comerán 3 veces al día.

En cuanto a desparasitantes se procederá a darles cada trimestre por cada perro.

Los valores de esta tabla son respaldos con en el anexo 6 donde se explica más detalladamente.

- **Estrategia de precios**

La estrategia de fijación de precios se calculó en función de un precio inicial para un producto o servicio y la cual puede tener cambios dependiendo del ciclo de vida del producto. (Lamb, Hair y McDaniel, 2002 Págs. 607 al 610).

Frente a lo señalado anteriormente, el presente plan de negocios requiere de fijar dos tipos de estrategias de precio.

La primera, permite ingresar al mercado según la demanda insatisfecha, mientras que la segunda, estrategia permite hacer un ajuste de precio según el prestigio y posicionamiento que ganara el servicio de alquiler de mascotas.

Las cuales se explican más detalladamente a continuación:

Estrategia de entrada

Para el lanzamiento del producto se aplicará la estrategia de penetración la cual tiene como fin fijar un precio bajo para poder captar a potenciales clientes de una manera más rápida y eficiente, el cual permite tener ventas masivas.

El precio de entrada del servicio será el mismo del método Van Westendorp es decir \$6,50

Estrategia de ajuste

La estrategia de precio para el ajuste del servicio será mediante precios de prestigio, con el fin de aumentar el precio después de haber logrado un posicionamiento y estatus de la empresa demostrando un servicio de calidad. (Promonegocios, 2011)

5.4.3. Plaza

- **Estrategia de distribución**

La estrategia distribución de HelPet será distribución exclusiva ya que los puntos de alquiler son por medio del establecimiento físico y de página web o redes sociales.

- **Puntos de alquiler del servicio**

Los puntos de alquiler del servicio se darán por dos mecanismos:

- Punto de alquiler físico: Este se ubicará en la parroquia rural de Tababela, debido a que es un área residencial donde tiene extensas áreas verdes, aire limpio para el bienestar y confort del animal.

En el siguiente gráfico se puede evidenciar la ubicación del establecimiento físico o lugar en donde el cliente pueda adquirir el servicio de alquiler de mascotas.



Figura No. 16 Croquis Tababela

- **Página web y Redes sociales:** Mediante los dos medios de comunicación digital se presenta un catálogo de las diferentes razas con la descripción de cada uno, que ofrece el servicio de alquiler de mascotas.



Figura No. 17 Pagina Facebook



Figura No. 18 Catalogo en página web

- **Estructura del canal de distribución**

El canal de distribución es el medio o camino que atraviesa un servicio o producto desde la empresa de origen hasta llegar al cliente final. (Marketing XXI, 2018).

En el siguiente grafico se explica el canal de distribución, el cual es directo ya que no tiene que atravesar por diferentes etapas hasta llegar al cliente final.

En el plan de negocios el servicio de alquiler de mascotas es por medio del canal directo el cual es desde el establecimiento o medio digital hasta llegar al cliente final.



Figura No. 19 Canal directo

- **Tipo de canal**

El canal de distribución para el servicio de alquiler de mascotas será directo ya que será ofrecido desde el establecimiento o página web (redes sociales) hacia el cliente o usuario del servicio mencionado antes. En otras palabras, es B2C

5.4.4. Promoción

- **Estrategia promocional**

Se utilizará estrategia pull, ya que la comunicación y campañas publicitarias de marketing del servicio de alquiler de mascotas se hace de manera directa hacia los clientes potenciales, con el fin de que ellos adquieran el servicio.

- **Publicidad**

Según Kotler en su libro de Fundamentos de Marketing menciona que es una estrategia importante de presentación o comunicación de un producto o servicio para dar a conocer en el mercado. (Philip Kotler, Pág.470)

En relación con el concepto anteriormente señalado, el medio de publicitar el servicio de alquiler de mascotas será a través de los siguientes medios.

Como se describe a continuación:

Tabla 17 Costos de publicidad

Detalle de aplicación marketing	2019	2020	2021	2022	2023
Elaboración de página web	700				
Mantenimiento y dominio página web		120	120	120	120
Sponsor Facebook	500,00	530,00	560,00	590,00	620,00
Sponsor Instagram	500,00	530	560	590	620
Sponsor Twiter	500	530	560	590	620
Material POP (Flayers, Vallas publicitarias)	1500	1580	1660	1740	1830
Llaveros para obsequio clientes	1200	1260	1320	1390	1460
Total gastos de Marketing	\$ 4.900,00	\$ 4.550,00	\$ 4.780,00	\$ 5.020,00	\$ 5.270,00
Total gastos mensuales	\$ 408,33	\$ 379,17	\$ 398,33	\$ 418,33	\$ 439,17

▪ Promoción de ventas

En base la investigación de mercados se evidencio que la mejor manera de promoción de ventas es por medio de tarifas promocionales como: muestras o demostraciones mediante las habilidades de las mascotas adiestrada, la misma que se realizará en ferias de mascotas y ferias dentro del establecimiento físico.

Por otro lado, una promoción de venta de lanzamiento será por sorteo a través de la Facebook donde todas las personas interesadas en adquirir el servicio del alquiler de mascotas que sigan la página pueden participar en la promoción de ganar una hora de alquiler gratis con la mascota que sea de gusto y preferencia del cliente.

▪ Relaciones publicas

En el plan de negocios las relaciones publicas será por medio de:

- Participación de ferias de mascotas, en las cuales se ofertará los productos y servicio del presente plan de negocios.
- Realización de campañas web, mediante el uso de redes sociales y página web para interactuar y posesionar en la mente del consumidor el producto y servicio que ofrece la presente investigación.

▪ Fuerza de ventas

La fuerza de ventas lo constituye el personal tecnico que tiene la empresa para la comercialización de los productos o servicios. Es importante mencionar, que también incluye los recursos materiales para la venta del servicio. (Academia de consultores, 2017).

Con el fin de lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, los vendedores serán capacitados para guiar y asesorar en los requerimientos y demandas del cliente con respecto al servicio que oferta el presente plan.

- **Marketing directo**

De acuerdo con la investigación de mercados, se evidencio que la forma de comunicar y dar conocer el servicio de alquiler será a través de redes sociales y pagina web ya que este medio es el más utilizado en el mundo. Es decir, que el medio se realizaría con marketing digital de e commerce.

6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1. Misión

Brindar un servicio innovador de alquiler de mascotas (perros) altamente sanos y adiestrados para clientes millennials y personas con discapacidades físicas (no videntes, autistas y epilépticos), con el compromiso de nuestros colaboradores altamente calificados, garantizando un servicio de excelencia a los clientes en base a la defensa del derecho de vida y tenencia responsables de las mascotas en la ciudad de Quito.

6.1.2. Visión

Para el 2024 liderar el sector de servicio de alquiler de mascotas en el Ecuador mediante la entrega de perros adiestrados que contribuyan a brindar alegría, compañía y fidelidad de acuerdo a las necesidades y preferencias de los clientes por medio de altos estándares de calidad.

6.1.3. Objetivos de la organización

Objetivos a mediano plazo

- Incrementar el porcentaje de ventas en un 10% por cada año a través de promociones y publicidad.
- Crear una sucursal en el norte de Quito para el año 2021
- Alcanzar al menos 1000 seguidores en redes sociales cada año.

Objetivos a largo plazo

- Lograr reconocimiento al menos por el 70% del mercado objetivo en un plazo de 5 años, por la excelencia de la calidad del servicio de alquiler de mascotas.
- Desarrollar la diversificación de alquiler de mascotas mediante la implementación de dos tipos de servicios para el año 2024
- Incrementar en un 15% las mascotas adiestradas para el servicio de alquiler para el año 2025

6.2. Plan de Operaciones

6.2.1. Descripción de procesos

Para la descripción de los procesos del servicio de alquiler de mascotas, se elaboró un flujograma para conocer las distintas actividades en que se desarrolla el servicio antes mencionado.

La cual consta en cuatros principales procesos; logística para la adquisición de la mascota la cual mediante el rescate de perros de las calles o compra en criaderos, preparación de la mascota esta hace referencia al cuidado y adiestramiento, comercialización actividades para llegar al cliente y retiro de la mascota para el establecimiento de origen.

El flujograma se describe a continuación:

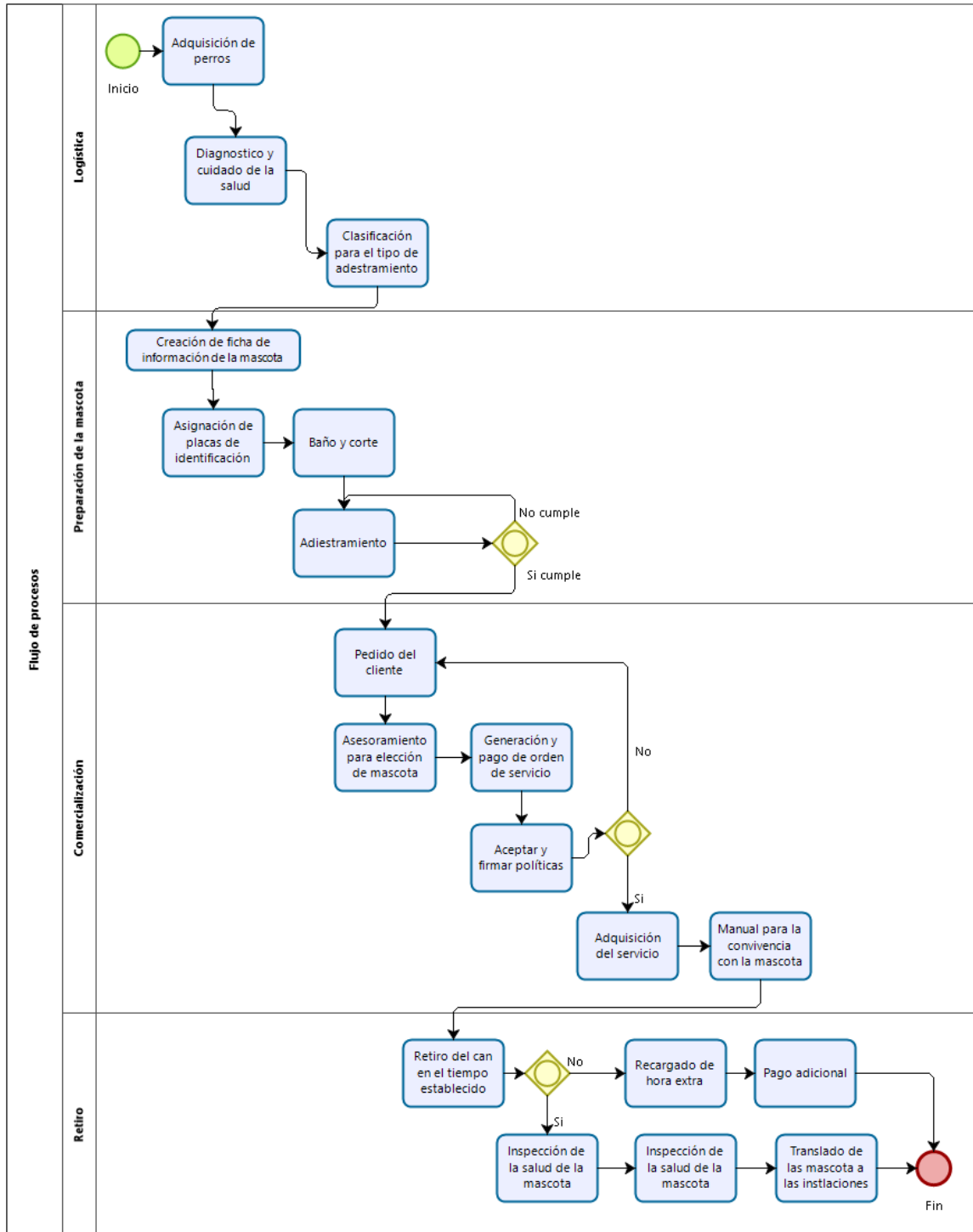


Figura No. 20 Flujograma de procesos

6.2.2. Mapa de procesos

A continuación, se presenta el mapa de procesos el cual permite visualizar los procesos de la empresa desde el inicio con la necesidad del cliente y terminando con la satisfacción del cliente. Como se describe en el siguiente gráfico:



Figura No. 21 Mapa de procesos

Por otro lado, el establecimiento para el buen manejo de sus actividades y procesos para el servicio se debe fijar tiempos, costos y las personas encargadas de cada función.

Para lo cual se explica en la siguiente tabla como una guía con todos los parámetros mencionados en el flujo de procesos y mapa de procesos.

Tabla 18. Actividades / Costo

Procesos / Costos				
Actividades	Responsable	Infraestructura	Costo	Tiempo
Adquisición de perros	Gerente	Perros comprados (Labrador, Golden)	\$200	1 horas
		Perros rescatados		
		Jaulas	\$160	
Diagnóstico y cuidado de la salud	Veterinario	Equipamiento para atención veterinaria	\$4.000	30 minutos

Creación de ficha de información de la mascota	Administrativo	Computadora e implementos	\$587,99	20 minutos
		Escritorio, silla, basurero	\$350	
Asignación de placas de identificación	Administrativo	Placas con grabación de los nombres	\$4	1 día
Baño y corte	Peluquero - Adiestrador	Máquina para cortar e implementos (Equipamiento)	\$350	1 hora
		Shampoo y perfumes (Equipamiento)	\$15	
Adiestramiento	Peluquero - Adiestrador	Equipo para el can. (collar de entretenimiento, GPS, placa, cama, plato)	\$169,50	1 hora y media diaria por un mes
Pedido del cliente	Administrativo			10 minutos
Asesoramiento para elección de mascota	Peluquero - Adiestrador			12 minutos
Generación y pago de orden de servicio	Administrativo			12 minutos
Aceptar y firmar políticas	Administrativo	Impresión de las políticas	\$5	5 minutos
Adquisición del servicio	Administrativo			2 minutos
Manual para la convivencia con la mascota	Administrativo	Impresión de manual	\$5	3 minutos
Retiro del can en el tiempo establecido	Veterinario	Combustible y mantenimiento	\$250	5 minutos
Inspección de la salud de la mascota	Veterinario			10 minutos
Traslado de las mascotas a las instalaciones	Veterinario	Furgón	\$33.000	35 minutos
		Arriendo del terreno mensuales	\$2.500	

6.2.3. Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta en la cual se puede plasmar y analizar todas las actividades estratégicas de los procesos que conlleva la empresa. La cadena de valor está conformada por dos tipos de actividades, las cuales son; actividades primarias y actividades de soporte. (Econipedia, 2018)

A continuación, se representa la cadena de valor en base al presente plan de negocios del servicio de alquiler de mascotas.



Figura No. 22 Cadena de Valor

6.3. Estructura Organizacional

6.3.1. Estructura legal

Para el presente plan de negocios la estructura legal para la empresa es por medio de sociedad de responsabilidad limitada. La elección de este tipo de sociedad es seleccionada en base a la Ley de Compañías ya que su conformación puede ser con un mínimo de dos socios o dueños, la cual comparten obligaciones sociales. (Ley de Compañías, 2009).

Mientras que por otro lado el capital mínimo a aportar cada socio para la constitución de la empresa es de \$400 dólares el cual puede ser en dinero o bienes muebles e inmuebles. (Ley de Compañías, 2009).

Conforme lo anteriormente mencionado, para la constitución de la empresa se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos: (Cámara de Comercio de Quito, 2015).

Tabla 19 Inversión

Tipo de inversión	
Capital Propio	54,32%
Financiamiento Bancario	45,68%

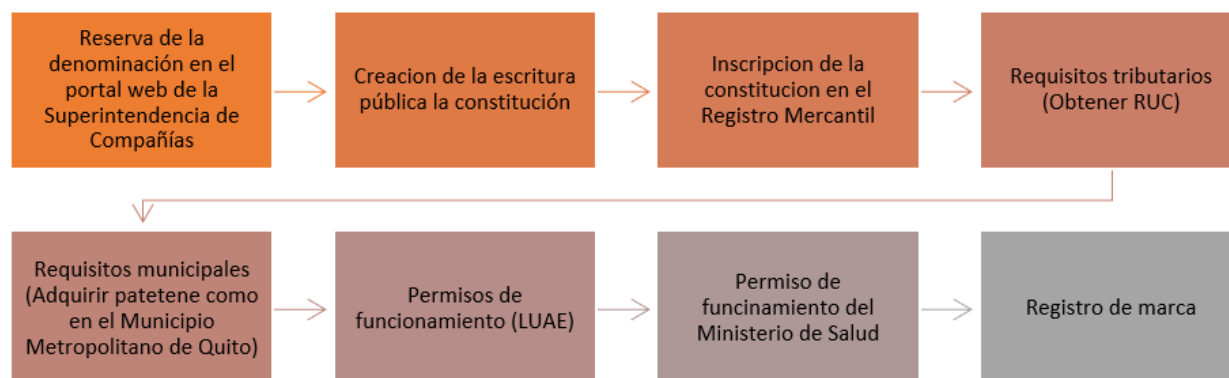


Figura No. 23 Pasos para establecer la empresa

Adaptado de: Cámara de Comercio de Quito, 2015

Según los Servicios de Rentas Internas para cumplir con las obligaciones tributarias y la obtención del RUC, se toma en cuenta los siguientes requisitos:

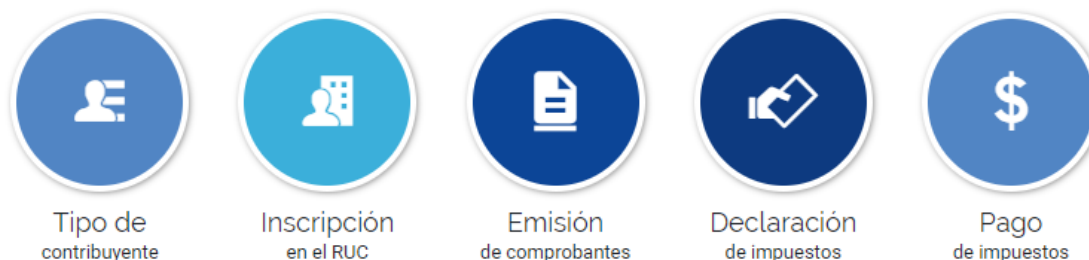


Figura No. 24 Iniciar negocios SRI

Tomado de: SRI

6.3.2. Diseño organizacional

▪ Tipo de estructura

Al ser una empresa que está comenzando las operaciones de funcionamiento para la presentación del servicio de alquiler de mascotas, el tipo de estructura a implementar es organizacional divisional.

La estructura organizacional divisional se encuentra dividida en base a función de cada operario o encargado, es decir la delegación de funciones o actividades que deben realizar cada área. Tomando en cuenta que esta estructura será por

medio de una organización centralizada, puesto que la toma de decisiones es por una sola persona del nivel jerárquico alto. (OBS, S.N)

▪ Organigrama

Un organigrama es un esquema de la representación de la estructura interna de la empresa, en donde se conoce los niveles jerárquicos, funciones y divisiones de las áreas y líneas de autoridad que posee la organización en la cual la comunicación entre los mismo los une entre los niveles de autoridad. (Gestión 2.0, 2011).

Para el presente plan de negocios el organigrama organizacional se describe a continuación:

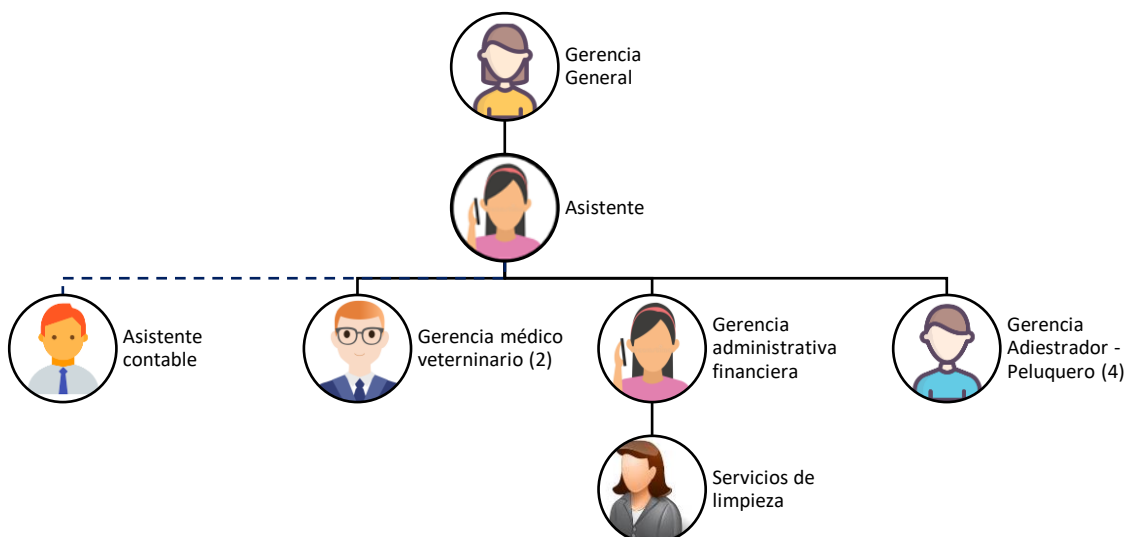


Figura No. 25 Organigrama

En base al organigrama representado anteriormente se contará con 9 personas para cumplir las funciones de operación de la empresa. Es decir, se contará con 2 veterinarios y 4 personas que adiestradores – pulqueros, para brindar un mejor adiestramiento y cuidado de la salud de las mascotas.

Por otro lado, es importante mencionar que el asistente contable será un personal externo a la empresa.

A continuación, se menciona la descripción de puestos de todos los trabajadores que conforma la empresa, tomando en cuenta que la determinación de los salarios mínimos sectoriales para el 2018 fueron sustentados en base al

Ministerio del Trabajo, considerando que el sueldo es más alto de los rangos establecidos en el Ministerio ya que se contara con personal con alta experiencia para un servicio de excelencia.

Tabla 20 Puestos de trabajo

Nombre del puesto	Gerencia general
Salario mínimo	\$ 1.236,92 (Sueldo con bonificaciones)
Descripción del puesto	Coordinar y ejecutar las funciones de cada trabajador, evaluar cada mes el desempeño de los trabajadores.
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asignación de funciones a trabajadores ▪ Contacto con proveedores ▪ Soporte de adquisición de mascotas ▪ Elaboración de reportes financieros ▪ Comunicación por medio de marketing digital
Requisitos	<p>Educación: Ingeniería en administración de empresas, marketing o carreras afines.</p> <p>Conocimientos especiales: Manejo de personal, manejo de marketing digital, manejo de contabilidad y estrategias de mercado</p> <p>Experiencia: 5 año en puestos similares</p>
Nombre del puesto	Gerencia administrativa financiera - Asistente
Salario mínimo	\$ 935,71
Descripción del puesto	Coordinación y manejo de documentación, atención de llamadas telefónicas.
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registro de pedido ▪ Control de inventario de mascotas y suministros ▪ Creación de ficha de la mascota ▪ Creación del catálogo de perros ▪ Manejo de la página web y redes sociales ▪ Documentación para adquirir el servicio de alquiler por parte de los clientes ▪ Manejo de caja chica ▪ Control de costos y egresos ▪ Elaboración de reportes diarios (cierre de caja)

	Educación: Ingeniería en administración de empresas, finanzas o carreras afines.
Requisitos	Conocimientos especiales: Uso de e commerce, manejo de paquete de office
	Experiencia: 3 año en puestos similares

Nombre del puesto	Gerencia Médico Veterinario
Salario mínimo	\$ 1.056,19
Descripción del puesto	Informes médicos de la salud de la mascota, control e inspección del estado de ánimo psicológico y físico del perro.
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisión diaria de las mascotas ▪ Adquisición de mascotas ▪ Control de la vacunación y desparasitación ▪ Creación de carnet de salud ▪ Asignación de identificación de placas ▪ Atención de asesoramiento al cliente ▪ Logística para entrega de del perro
Requisitos	Educación: Médico Veterinario Conocimientos especiales: Adiestramiento, peluquería, licencia tipo B Experiencia: 4 año en puestos similares

Nombre del puesto	Gerencia técnica Adiestrador - Peluquero
Salario mínimo	\$ 815,23
Descripción del puesto	Adiestramiento de perros para las diferentes funciones a realizar, cuidado de corte y baño de la mascota
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adquisición de mascotas ▪ Clasificación de perros para el adiestramiento ▪ Asesoramiento al cliente ▪ Adiestramiento ▪ Baño y corte de pelo
Requisitos	Educación: Adiestrador de perros Conocimientos especiales: Adiestramiento de perros de asistencia, guía y obediencia, cortes de peluquería para perros

Experiencia: 4 año en puestos similares

Nombre del puesto	Servicios de limpieza
Salario mínimo	\$ 634,50
Descripción del puesto	Cuidado y limpieza del establecimiento
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baño de las mascotas ▪ Limpieza del lugar ▪ Jardinería
Requisitos	<p>Educación: Bachiller</p> <p>Conocimientos especiales: Conocimiento del cuidado de jardines</p> <p>Experiencia: 1 año en puestos similares</p>

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

En cuanto la evaluación financiera del presente plan de negocios, se realizó una investigación para una evaluación adecuada de la viabilidad del negocio de tal manera conocer su inversión inicial, y las proyecciones durante un tiempo de 5 años.

7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos

Proyección de ingresos

En cuanto a la proyección de ingresos para el presente plan de negocios se realizó en base al comportamiento del sector servicios los años 2016, 2017 y 2018 se estima que el segmento de servicios de bienestar en el Ecuador, los próximos cinco años tendrá un crecimiento anual de entre 2,50% y 3,00%, superior al esperado a nivel general. (MIPRO, 2018). El crecimiento anual promedio del sector para el cálculo del crecimiento será 2,25%

Es importante recalcar según la segmentación realizada, el mercado objetivo está conformado por 663 personas ya que se estableció una captación de mercado del 0,10%, quienes se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, tomando en cuenta que se considera como referencia según datos INEC que las personas dedican 2,33 horas para el cuidado de mascotas. Por lo que, el primer año se estima 37.100 horas de servicio a un precio promedio de \$6,60 por hora

entre los dos tipos de servicio de alquiler de mascotas que se brinda (acompañamiento y asistencia terapéutica).

El primer mes se estima ofertar 3.092 horas de servicio, el cual se aplica el crecimiento del sector de forma mensual del 0,19% para los siguientes meses. Mientras que la inflación para cada año en el Ecuador es del 1,15% que se aplica en el precio del servicio de forma anual.

A continuación, se describe el estado de resultado proyectado de forma anual.

Tabla 21. Ventas del estado de resultado proyectado anual

Concepto	1	2	3	4	5
Ventas	247.400,97	256.092,23	265.050,79	274.284,33	283.800,70
Costo de los productos vendidos	94.711,11	101.026,33	100.543,41	104.391,61	106.550,11
UTILIDAD BRUTA	152.689,86	155.065,89	164.507,38	169.892,72	177.250,58

Proyección de costos y gastos

En la proyección de costos y gastos se ha tomado en cuenta montos para el funcionamiento del servicio de alquiler de mascotas lo cuales son: costos de productos (servicio), gastos de sueldos del personal, gastos generales el cual consta montos de publicidad, arriendo, mantenimiento, servicios básicos y equipamiento para la oficina, gastos de depreciación y gastos de amortización. A continuación, se detalla la proyección de costos y gastos del plan de negocios:

Tabla 22. Estado de resultado proyectado (costos y gastos)

Concepto	1	2	3	4	5
Ventas	247.400,97	256.092,23	265.050,79	274.284,33	283.800,70
Costo de los productos vendidos	94.711,11	101.026,33	100.543,41	104.391,61	106.550,11
UTILIDAD BRUTA	152.689,86	155.065,89	164.507,38	169.892,72	177.250,58
Gastos sueldos	35.854,20	39.344,92	39.025,98	40.911,44	42.080,28
Gastos generales	69.040,00	68.810,26	69.160,75	69.521,46	69.892,40
Gastos de depreciación	7.060,57	7.060,57	7.060,57	7.060,57	7.060,57
Gastos de amortización	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	40.485,09	39.600,14	49.010,08	52.149,25	57.967,33
Gastos de intereses	6.154,20	5.030,62	3.786,79	2.409,86	885,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	34.330,90	34.569,53	45.223,29	49.739,39	57.081,76
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	5.149,63	5.185,43	6.783,49	7.460,91	8.562,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	29.181,26	29.384,10	38.439,80	42.278,48	48.519,50
22% IMPUESTO A LA RENTA	7.295,32	7.346,03	9.609,95	10.569,62	12.129,87
UTILIDAD NETA	21.885,95	22.038,08	28.829,85	31.708,86	36.389,62

7.2. Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

Inversión inicial

La inversión inicial para el presente plan de negocios es un monto de \$140.918,06 esta se encuentra compuesta por: Inversión física, el cual son los activos fijos, propiedad, planta y equipo. La inversión preoperativa la que

contiene montos legales, operativos (software) y de gestión para la empresa. Y el capital de trabajo con un valor de \$56.446,84.

En conjunto de estos tres montos se puede el total de la inversión inicial para la creación del servicio de alquiler de mascotas.

Tabla 23. Inversión inicial

ACTIVOS FIJOS	78.831,22
Inversión preoperativa	5.640,00
Capital de trabajo	56.446,84

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	140.918,06
--------------------------------	-------------------

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el monto de los recursos que requiere la empresa para poder trabajar u operar. (Gerencial, 2018).

Dicho esto, el capital de trabajo para el presente plan de negocios está conformado por los recursos de dinero o efectivo que se requiere para operar mientras el proyecto tiene capacidad de generar ingresos propios. (Cowixr, 2015)

Tabla 24. Capital de trabajo

Capital de trabajo		
Concepto	Valor mensual	Provisión
Costos	7.883,04	23.649,13
Gastos	8.741,18	26.223,55
Insumos	2.118,05	6.354,15
Varios imprevistos		220,01
Inversión Capital de Trabajo		\$ 56.446,84

Estructura de capital

Para el funcionamiento del plan de negocios presente, tendrá una estructura de capital de financiamiento propio del 53,87% mientras que el financiamiento a largo plazo el 46,13% esta deuda a largo plazo es a un periodo de 5 años por lo cual cada mes se paga cuotas de \$ 1.397,10

Por otro lado, para el financiamiento se ha considerado BanEcuador, por ser una fuente de financiamiento menos compleja que la Corporación Financiera Nacional CFN, para la línea de créditos PYME la tasa de interés es de 10,21% anual. (BanEcuador, 2018).

Tabla 25. Estructura de capital

	Concepto	Porcentaje	Valor
ESTRUCTURA DE CAPITAL	Propio	53,87%	\$ 75.918,06
	Deuda L/P	46,13%	\$ 65.000,00
		100,00%	\$ 140.918,06

7.3. Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

Estado de resultados

El estado de resultado refleja tanto las ganancias o pérdidas, en otras palabras, el rendimiento económico.

Por lo cual, en el presente plan de negocio, en el primer año se tuvo una utilidad bruta de \$152.689,86 de tal manera que se proyecta para el quinto año aumentar las ventas y por ende la utilidad bruta en \$177.250,58 tomando en cuenta que el precio promedio el primer año es de \$6,60 por hora de servicio de alquiler de la mascota y para los siguientes años se aplica una inflación del precio del 1,15%

En la siguiente tabla se indica el estado de resultados de forma anual con todos los parámetros y conceptos que la conforman:

Tabla 26. Estado de resultado anual

Concepto	1	2	3	4	5
Ventas	247.400,97	256.092,23	265.050,79	274.284,33	283.800,70
Costo de los productos vendidos	94.711,11	101.026,33	100.543,41	104.391,61	106.550,11
UTILIDAD BRUTA	152.689,86	155.065,89	164.507,38	169.892,72	177.250,58
Gastos sueldos	35.854,20	39.344,92	39.025,98	40.911,44	42.080,28
Gastos generales	69.040,00	68.810,26	69.160,75	69.521,46	69.892,40
Gastos de depreciación	7.060,57	7.060,57	7.060,57	7.060,57	7.060,57
Gastos de amortización	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	40.485,09	39.600,14	49.010,08	52.149,25	57.967,33
Gastos de intereses	6.154,20	5.030,62	3.786,79	2.409,86	885,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	34.330,90	34.569,53	45.223,29	49.739,39	57.081,76
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	5.149,63	5.185,43	6.783,49	7.460,91	8.562,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	29.181,26	29.384,10	38.439,80	42.278,48	48.519,50
22% IMPUESTO A LA RENTA	7.295,32	7.346,03	9.609,95	10.569,62	12.129,87
UTILIDAD NETA	21.885,95	22.038,08	28.829,85	31.708,86	36.389,62
			31%	10%	15%
MARGEN BRUTO	61,72%	60,55%	62,07%	61,94%	62,46%
MARGEN OPERACIONAL	16,36%	15,46%	18,49%	19,01%	20,43%
MARGEN NETO	8,85%	8,61%	10,88%	11,56%	12,82%

Por otro lado, el margen neto o margen de beneficio que se calcula sobre las ventas con respecto a la utilidad neta, en el plan de negocio se observa que el primer año empieza con 8,85% y para el quinto año es de 12,82% esto refleja que existe mayor rentabilidad para el último año.

Situación financiera

La proyección de la situación financiera o balance comercial permite conocer el diagnóstico contable del proyecto la cual está conformada por los activos, pasivos y patrimonio que se recurren para la creación del servicio de alquiler de mascotas.

Es importante mencionar la conformación de los pasivos corrientes los cuales son: cuentas por pagar a proveedores, sueldos e impuestos por pagar, por otra parte, los pasivos no corrientes se componen por la deuda a largo que tiene el proyecto con la agencia que le financio. Tomando en cuenta que al principio del negocio se tenía un valor de pasivos total de \$65.000 y para el último año un valor \$2.990,46 debido a que la deuda a largo plaza va reduciendo su valor a pagar.

Mientras que en los activos va en crecimiento debido al valor del efectivo que va aumentando cada año llegando al quinto año a \$217.232,49 dólares.

A continuación, se indica la tabla de la proyección de la situación financiera:

Tabla 27. Situación financiera actual

	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	140.918,06	154.588,79	165.015,91	181.305,55	201.712,13	222.560,87
Corrientes	99.036,84	120.018,14	137.755,83	161.356,04	189.073,19	217.232,49
Efectivo	99.036,84	120.018,14	137.755,83	161.356,04	189.073,19	217.232,49
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-
Inventarios Prod. Terminados	-	-	-	-	-	-
Inventarios Materia Prima	-	-	-	-	-	-
Inventarios Sum. Fabricación	-	-	-	-	-	-
No Corrientes	41.881,22	34.570,65	27.260,08	19.949,51	12.638,95	5.328,38
Propiedad, Planta y Equipo	40.631,22	40.631,22	40.631,22	40.631,22	40.631,22	40.631,22
Depreciación acumulada	-	7.060,57	14.121,14	21.181,71	28.242,27	35.302,84
Intangibles	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
Amortización acumulada	-	250,00	500,00	750,00	1.000,00	1.250,00
PASIVOS	65.000,00	56.784,78	45.173,83	32.633,62	18.531,34	2.990,46
Corrientes	-	2.283,99	2.295,83	2.622,24	2.763,51	2.990,46
Cuentas por pagar proveedores	-	-	-	-	-	-
Sueldos por pagar	-	1.155,00	1.155,00	1.155,00	1.155,00	1.155,00
Impuestos por pagar	-	1.128,99	1.140,83	1.467,24	1.608,51	1.835,46
No Corrientes	65.000,00	54.500,79	42.878,00	30.011,39	15.767,84	-
Deuda a largo plazo	65.000,00	54.500,79	42.878,00	30.011,39	15.767,84	-
PATRIMONIO	75.918,06	97.804,01	119.842,08	148.671,93	183.180,79	219.570,41
Capital	75.918,06	75.918,06	75.918,06	75.918,06	78.718,06	78.718,06
Utilidades retenidas	-	21.885,95	43.924,02	72.753,87	104.462,73	140.852,35

Flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo hace referencia al movimiento de efectivo que tiene la empresa para su operación, por medio de inversiones, financiamientos o actividades operativas.

En el presente plan de negocios el flujo de efectivo permite conocer los rubros de depreciación, amortizaciones y deuda del financiamiento y sueldos por pagar. Es decir, todos los movimientos que tiene para el funcionamiento.

Flujo de caja

La proyección del flujo de caja hace referencia a la salida y entrada de efectivo, es decir los ingresos y egresos del dinero, es una herramienta importante ya que permite conocer la liquidez de la empresa, el cual empieza con un valor del flujo de caja anual el primer año de \$56.337,16 y el último año un valor de \$ 48.356,41 lo cual significa que existe solvencia en este tipo de negocio.

Tabla 28. Flujo de caja

Flujo Anual de Caja del Proyecto					
0	1	2	3	4	5
\$ (140.918,06)	\$ 56.337,16	\$ 55.813,18	\$ 69.371,95	\$ 69.714,03	\$ 48.356,41
	\$ 56.337,16	\$ 112.150,33	\$ 181.522,29	\$ 251.236,32	\$ 299.592,72

7.4. Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración

Flujo de caja del inversionista

En cuanto al flujo de caja del inversionista, se obtuvo valores positivos durante los cinco años proyectados, en el primer se empezó con \$41.757,71 mientras que en el quinto año \$ 32.001,44 lo cual significa que se logra recuperar el capital de trabajo en un periodo de 2 años y 4 meses aproximadamente

Tabla 29. Flujo de caja del inversionista

Flujo Anual de Caja del Inversionista							
	0	1	2	3	4	5	
	\$ (75.918,06)	\$ 41.757,71	\$ 40.855,09	\$ 53.994,70	\$ 53.872,74	\$ 32.001,44	
		\$ 41.757,71	\$ 82.612,80	\$ 136.607,50	\$ 190.480,24	\$ 222.481,68	
Factor de actualización $1/(1+i)^n$		0,8582	0,7366	0,6322	0,5426	0,4656	
Valor actualizado del flujo	\$ (75.918,06)	\$ 35.838,28	\$ 30.093,10	\$ 34.133,62	\$ 29.228,78	\$ 14.901,21	
Valor actualizado acumulado	\$ (75.918,06)	\$ (40.079,78)	\$ (9.986,68)	\$ 24.146,94	\$ 53.375,73	\$ 68.276,94	
							MESES
							2.844,47
							(3,51)

Calculo de la tasa de descuento

En cuanto al cálculo de la tasa de descuento se toma en cuenta los siguientes valores: La tasa de riesgo es de 2,5% (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2018), la beta es de 0,68 (Damodaran, 2018), la beta apalancada es de 0,80 y la razón deuda capital es de 0,86

Tomando en cuenta los valores antes mencionados se calcula el CAPM, el cual permite la tasa de retorno que se requiere para un proyecto, mientras que el WACC determina el nivel de financiamiento o endeudamiento que enfrenta la empresa. El CAPM el cual tiene un valor de 16,52% y por otro lado el WACC el que tiene un valor de 11,90%

Tabla 30. Tasa de descuento

Tasa libre de riesgo	2,50%	TASAS DE DESCUENTO	Hoy	2.250,00	Hace 5 Años	1.500,00
Rendimiento del mercado	8,45%	WACC	11,90%			
Beta	0,68	CAPM	16,52%			
Beta Apalancada	0,80					
Riesgo país	7,22%					
Tasa de Impuestos	25,00%					
Participación Trabajadores	15%					
Escudo Fiscal	36,25%					
Razón deuda a capital	0,86					
Costo deuda actual	10,21%					

Criterios de valoración

Para analizar la factibilidad financiera del proyecto se emplearon los indicadores: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación de la Inversión (PRI), y Relación de beneficio a costo (IR).

Desde la perspectiva del proyecto, $VAN=75.532,45>0$ manifiesta la viabilidad del proyecto; $TIR=31,62\%>16,52\%$ por lo que el proyecto es factible; la inversión realizada se recupera en 3 años que es menor a los cinco años de horizonte del proyecto; como $IR>1$ por cada dólar invertido se recuperan 1,54 dólares generándose un beneficio neto de 54 centavos.

Por otro lado, desde la perspectiva del inversionista, $VAN=68.276,94>0$ manifestando la viabilidad del proyecto; $TIR=50,80\%>31,62\%$ por lo que el proyecto es factible; la inversión se recupera en dos años y cuatro meses que es menor a los cinco años de horizonte del proyecto; por cada dólar invertido se recuperan 1,91 dólares generándose un beneficio neto de 91 centavos.

Todos los indicadores de factibilidad financiera muestran que el proyecto es viable y rentable.

Es procedente implementar el proyecto pues la idea de negocio es atractiva, el mercado potencial es alto, la competencia es incipiente y el emprendimiento es financieramente factible y rentable, como lo determinan los indicadores VAN, TIR y PRI.

Tabla 31. Evaluación de flujos

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJOS DEL INVERSIONISTA	
WACC	11,90%	CAPM	16,52%
VAN	\$75.532,45	VAN	\$68.276,94
IR	1,54	IR	1,90
TIR	31,62%	TIR	50,80%
PRI	3 años	PRI	2 años 4 meses

7.5. Índices financieros

Liquidez

Ratio de liquidez o índice de liquidez, este indicador financiero permite interpretar la capacidad que tiene el tipo de negocio en convertir los activos en liquides, es decir la capacidad de pagar el financiamiento o deuda a corto plazo.

En base a los resultados del índice de liquidez se interpretar que entre mayor sea el indicar hay más liquidez en plan de negocios, en el primer año es de 52,55 veces y en el quinto año es de 73,64

Razón de apalancamiento

En el presente plan de negocios en el primer año la razón de apalancamiento es alto ya que es del 0,75 el cual significa que se incurrió en financiamiento para la empresa. Sin embargo, los siguientes años se empieza a recuperar hasta el año 5 que se tiene un apalancamiento del 0,04 lo cual significa que la empresa no está incurriendo en un endeudamiento alto.

En la siguiente tabla se indica la razón de aplacamiento por años:

Tabla 32. Razón de deuda a capital

Razones de apalancamiento						
Razón de deuda a capital		0,75	0,60	0,43	0,24	0,04

ROE - Rentabilidad del Capital

El indicar ROE mide la rentabilidad del capital, es decir el beneficio con respecto al patrimonio para remunerar a los accionistas. Durante el primer año tuvo ROE del 0,29 sin embargo en el quinto año logra tener un mayor rendimiento del capital.

ROA - Rentabilidad del Activo

El ROA evalúa la capacidad de los activos con el fin de generar renta por ellos mismos. En el presente plan de negocio el primer año se tiene un ROA del 14% el cual significa que, por cada dólar invertido, estos generan una ganancia del 0,14 dólar en rentabilidad del activo, mientras que el quinto año se tiene una rentabilidad más alta del activo del 63%

8. CONCLUSIONES GENERALES

De acuerdo con la investigación realizada en los capítulos desarrollados anteriormente, se puede detallar las siguientes conclusiones:

- En base a los datos de las estadísticas de Saiku, la industria N7730.34 “Alquiler de animales: rebaños, caballos, etc.”. No presenta información numérica para el estudio. Por lo cual, la industria que se tomó para el estudio del presente plan de negocios es G4773.23 “Venta al por menor de mascotas y alimento para mascotas en establecimientos especializados.” Es importante mencionar que, esta industria se encuentra en crecimiento desde el año 2015 con \$161.931 al 2017 con \$ 467.698 ventas netas locales.
- A pesar del panorama carente de información de la industria N7730.34, se investigó que no cuenta con competidores directos existentes, lo cual permite tener la fiabilidad de invertir con un riesgo ínfimo de fracaso.
- Dado el estudio del entorno externo, el presente plan de negocios tiene como mercado objetivo, hombres y mujeres millennials (20 -36 años), generación X (37– 39 años), personas con discapacidad (7 – 65 años), con nivel socioeconómico media y alta, que vivan en la ciudad de Quito, les gustan las mascotas y estén dispuestos a pagar por el servicio. La captación de este mercado objetivo a atender es de 663 personas.
- Mediante la investigación de mercado realizada al grupo objetivo, se determinó la viabilidad del proyecto por la aceptación del cliente. El 86% está dispuesto a adquirir el servicio de alquiler de mascotas, ya sea para compañía, entretenimiento, o terapias.
- El servicio de alquiler de mascotas adiestradas “HelPet” es un servicio por medio de perros de raza y perros mestizos. El cual cuenta con dos líneas de servicio; la primera, es para personas que necesiten compañía

de una mascota y la segunda, es para personas que necesitan terapias con perros adiestrados.

- El precio de alquiler de mascotas adiestradas es de \$6,50 por hora, este precio es considerado para los perros con adiestramiento básico, y adiestramientos para temas terapéuticos. Mientras que los perros guías, para las personas no videntes, por ser un entrenamiento con mayor duración, se considera establecer un precio de \$7,50 los cual son precios que las personas estarían dispuestas a pagar.
- El principal medio para dar a conocer HelPet es por medio de redes sociales ya que el 76% del mercado analizado usan de forma diaria este medio. Por otro lado, el siguiente medio más usado son las TIC`S (tecnología de información y comunicación), es decir el uso de e commerce.
- El principal factor diferenciador de este servicio es promocionar mascotas adiestradas en donde el cliente puede adquirir el rango de tiempo a pasar con las mascotas según la conveniencia, preferencia y necesidad requerida.
- Para la provisión de mascotas, el 30% de los perros serán comprados los cual serán las razas favoritas por el mercado analizado como: golden, labrador, schnauzar y beagle. Mientras que el 70% serán perros mestizos restados de las calles y por medio de alianzas con refugios de rescates, con el fin de brindarles una nueva oportunidad. Es importante mencionar, que se incorporara razas de perros en base a la demanda solicitada por los clientes.
- Para el cuidado de la salud de las mascotas se tendrá 2 veterinarios encargados de la revisión del bienestar del perro, control de vacunación, desparasitación y operaciones. Por otro lado, se contará con 4 adiestradoras, encargados de realizar el adiestramiento, limpieza y corte del pelo de las mascotas y alimentación.
- El plan de negocios tiene una proyección a 5 años, por lo cual se ha fijado una inversión inicial de \$140.918,06 dólares para el funcionamiento de HelPet. La cantidad de horas a ofertar de forma mensual son 3.092 horas con un crecimiento anual del 2,25% del sector de servicio, el precio para

las proyecciones de las ventas es \$6,60 por hora el cual es el precio promedio de las dos líneas de servicio de HelPet.

- El periodo de recuperación de la evaluación de flujo del proyecto es a 3 años, su VAN=75.532,45>0 manifiesta la viabilidad del proyecto; el TIR=31,62%>16,52% por lo que el proyecto es factible, y su IR>1 por cada dólar invertido se recuperan 1,54 dólares generándose un beneficio neto de 54 centavos. Mientras que el flujo de caja del inversionista se recupera a los 2 años y 4 meses, con un VAN=68.276,94>0 manifestando la viabilidad del proyecto; TIR=50,80%>31,62% demuestra que el proyecto es factible, y su IR=1,90 lo cual significa que por cada dólar invertido se recuperan 1,91 dólares generándose un beneficio neto de 91 centavos. A continuación, se muestra los valores detallados del flujo del proyectoe inversionista.

Tabla 33. Evaluación del proyecto

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJOS DEL INVERSIONISTA	
WACC	11,90%	CAPM	16,52%
VAN	\$75.532,45	VAN	\$68.276,94
IR	1,54	IR	1,90
TIR	31,62%	TIR	50,80%
PRI	3 años	PRI	2 años 4 meses

REFERENCIAS:

ABC Hardware. (2017). Los cinco mejores gadgets para perros. Recuperado el 04 de octubre de 2018 de

https://www.abc.es/tecnologia/informatica/hardware/abci-cinco-mejores-gadgets-para-perros-201708260200_noticia.html

Academia de consultores. (2017). Fuerza de ventas. Recuperado el 19 de diciembre de http://www.academiadeconsultores.com/fuerza-de-ventas/#Tipos_de_fuerza_de_ventas

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2017). Emisión de Permisos de Funcionamiento. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

Banco Central del Ecuador. (2010). Tasas de interés. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/148-tasas-de-inter%C3%A9s>

Banco Central del Ecuador. (2018). La economía ecuatoriana. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1027-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-38-en-el-tercer-trimestre-de-2017>

Banco Central. (2018). La economía ecuatoriana creció 1,9%. Recuperado el 07 de octubre de 2018 de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>

BanEcuador. (2018). Tasas de Interes. Recuperado el 05 de enero de 2019 de <https://www.banecuador.fin.ec/tasas-de-interes/>

Blogger. (2010). 5 pasos básicos para legalizar tu negocio en Quito.

Recuperado el 25 de abril de 2018 de

<http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>

Cámara de Comercio de Quito. (2015). Manual práctico para emprendedores. Recuperado el 05 de diciembre de 2018 de <http://www.ccq.ec/wp->

content/uploads/2017/10/Instructivo-legal-pr%C3%A1ctico-para-emprendedores-DEF..pdf

CONADIS. (2018). Personas con discapacidad. Recuperado el 01 de junio de 2018 de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/index.html>

Cowixr, S. (2015). Gestión financiera de proyectos 4ta. Ed. México D.F.: Prentice Hall.

Ecuador Legal Online. (2018). Tabla de salario mínimos sectoriales 2018. Recuperado el 20 de noviembre de 2018 de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/tabla-salarios-minimos-sectoriales-2018/>

El Comercio. (2015). Dueños de mascotas dedican más de dos horas semanales a su cuidado. Recuperado el 22 de abril del 2018 <http://www.elcomercio.com/tendencias/duenos-de-mascotas-dedican-mas.html>.

El Comercio. (2016). 4 tipos de abandono de mascotas en Quito. Recuperado el 20 de jun. de 18 de <http://www.elcomercio.com/tendencias/tipos-abandono-mascotas-quito.html>

El Comercio. (2016). Fauna urbana en Quito. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <http://www.elcomercio.com/tendencias/control-faunaurbana-quito-perroscalejeros-municipio.html>

El Comercio. (2017). Los millennials siguen siendo los fans número uno de las mascotas. Recuperado el 02 de abril de 2018 de <http://www.elcomercio.com/narices-frias/millennials-compra-casa-mascotas-estudio.html>.
<http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>

El Comercio. (2017). Menor tasa de interés impulsa el crédito. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <http://www.elcomercio.com/actualidad/baja-tasa-interes-demanda-credito.html>

- El Comercio. (2018). Los jóvenes miran más allá de las razas. Recuperado el 04 de octubre de 2018 de <https://www.elcomercio.com/narices-frias/millennials-adopcion-mascotas-historia-quito.html>
- El Comercio. (Sin Fecha). Refugios para mascotas. Recuperado el 05 de octubre de 2018 de <https://www.elcomercio.com/narices-frias/refugios-mascotas-ecuador-cierre-recursos.html#>
- El Diario. (2017). Hogares gastan por mes \$1,6 millones en varios servicios para mascotas. Recuperado el 22 de abril del 2018 de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/441166-hogares-gastan-por-mes-16-millones-en-varios-servicios-para-mascotas/>
- El Marketing. (2018). ¿CÓMO POSICIONAR UNA MARCA? Recuperado el 05 de enero de 2019 de <https://desnudandoelmarketing.com/posicionar-una-marca/>
- El Telégrafo. (2018). En Quito el abandono de perros y gatos aún no se controla. Recuperado el 04 de octubre de 2018 de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/quito-abandono-animales>
- El Telégrafo. (2018). Tasas y requisitos limitan el acceso a microcréditos. Recuperado el 03 de octubre de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/creditos-dificultades-emprendedores-ecuador-tasas>
- Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong, Prentice Hall, Pág. 470.
- Gerencia. (2018). Capital de trabajo. Recuperado el 05 de enero de 2019 de <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Gestión 2.0 (2011). Organigramas. Recuperado el 05 de diciembre de 2018 de <http://igestion20.com/organigramas-concepto-funciones-y-distintos-tipos/>
- INEC. (2016). Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Recuperado el 24 de abril de 2018 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

Ley de Compañías. (2009). Constitución de compañías. Recuperado el 14 de diciembre de 2018 de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

Marketing XXI. (2018). Canales de distribución. Recuperado el 03 de diciembre de 2018 de <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

Ministerio de Salud Pública. (2015). Requisitos de permisos de funcionamiento de establecimientos nuevos. Recuperado el 24 de abril de 2018 de http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_nuevos_2012_revisado1_final1.pdf

Ministerio del Interior. (Sin Fecha). Cursos gratuitos de adiestramiento de mascotas dictará el CRAC. Recuperado el 16 de noviembre de 2018 de <https://www.ministeriointerior.gob.ec/cursos-gratuitos-de-adiestramiento-de-mascotas-dictara-el-crac-en-todo-el-pais/>

MIPRO, M. d. (2018). Actualización del Décimo Censo Industrial, Comercial y de Servicios. Quito: MIPRO.

OBS. (Sin Año). Estructura divisional. Recuperado el 05 de diciembre de 2018 de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/proyectos-de-cambio-e-innovacion/estructura-divisional-en-que-me-beneficia>

Ordenanza Municipal 861. (2006). Reglamento de tenencia de perros en el Cantón Quito. Recuperado el 22 de abril de 2018 de http://hvg.ec/web/wp-content/uploads/2017/05/Ordenanza_0128.pdf

Prensa Libre. (2015). Crean collar inteligente para perros. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <http://www.prensalibre.com/tecnologia/el-perro-conectado>

- Promonegocios.net. (2011). Estrategias de Precios. Recuperado el 19 de diciembre de 2018 de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html#comentarios>
- Revista Lideres. (2015). Servicios a la orden para las mascotas. Recuperado el 25 de abril de 2018 de <http://www.revistalideres.ec/lideres/servicios-orden-mascotas.html>
- Saiku. (2016). Declaraciones SRI. Recuperado el 25 de abril de 2018 de <https://declaraciones.sri.gob.ec/saiku-ui/>
- SRI. (2018). Cumplimiento de obligación para negocios nuevos. Recuperado el 05 de diciembre de 2018 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/voy-a-iniciar-mi-negocio>
- Tiendanamila. (2018). Causas del estrés en perros. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <https://www.tiendanamila.es/articulos/causa-estres-perros-gatos/>

ANEXOS

Anexo 1: Guía de preguntas al experto, Entrevista 1: Lord Gua

Resumen de entrevista 1

La entrevista realizada al señor Miguel Fraga, quien es la persona encargada en temas de mantenimiento, cuidado, adiestramiento y atención de las mascotas en Lord Gua por 13 años. La empresa está en funcionamiento desde el año 1995 el servicio que brinda es todo lo relacionado con el cuidado de las mascotas, es decir: guardaría, adiestramiento, hospedaje 5 estrellas, peluquería, traslados internacionales, cementerio, maternidad, cremaciones, siendo así los servicios más usados adiestramiento y guardería. Cuenta con locales en Puembo, Cumbayá y Quito. La empresa vela por garantizar un bienestar a las mascotas a través de un servicio de calidad con atención personalizada para cada cliente. Por otra parte, el fundador de esta empresa es Gabriel Carrión, quien desde muy pequeño tenía afición por los animales por lo cual nace su empresa, las principales dificultades que tuvo al entrar en este tipo de servicios es cuando empezó con el criadero ya que tenía que dar el mejor cuidado a madres primerizas, otra dificultad es la búsqueda del profesionalismo de las personas para garantizar un buen servicio de su empresa. Desde otro lado, Lord Gua no cuenta con una competencia directa ya que posee varios servicios en un solo lugar además de ser una de las más posesionada en la ciudad de Quito, sin embargo, su competencia es Huéspet, CEPCAN, entre otros.

En el servicio de hospedaje de Lord Gua las personas tienden a dejar a su mascota por un máximo de tiempo de un mes o por una semana lo cual se da en tiempo de vacaciones siendo el precio \$15 dólares por noche, vale recalcar que las mascotas al principio no se sienten a gusto cuando los dejan con otras personas que no sean sus dueños. El perfil de consumidores que optan por este servicio tiene una clase social alta el cual busca que sus mascotas se bien cuidadas y tratados por personas profesionales.

Anexo 2: Guía de preguntas al experto, Entrevista 2: Veterinario.

Resumen de entrevista 2

En la entrevista realizada se pudo conocer temas acerca de las mascotas sin embargo uno de los más importantes que se analizó es las razas que más se acoplan a una aventura es decir caminar, o pasear, pasar con niños, compañía, para personas no videntes y para temas terapéuticos, el cual la principal raza más recomendado para esto son Labrador y Golden ya que son inteligentes, cariñosos, dóciles y sociables, sin embargo el Golden es más energético por cual es juguetón y un buen compañero para caminar o paseos. Otra de las razas recomendadas para una aventura son los mestizos ya que son más enérgicos que otras razas. Por otra parte, para persona no videntes se recomienda la raza como Labrador, Golden y Pastor Alemán, los cuales deben ser entrenados para ser guías como perros lazarillos.

Otro de los puntos más relevantes que se pudo conocer es que tanto los de perros de raza y los mestizos se tiene que dar el mismo cuidado para prevenir enfermedades ya que depende mucho de su sistema inmunológico, sin embargo, los perros mestizos que han travesado situación de vivir en las calles desarrollan defensas más altas ante enfermedades

Anexo 3: Guía de preguntas para el Focus Group

Buenas tardes con todos. Antes de empezar quisiera agradecerles a todos por su valiosa presencia y tiempo para participar en el siguiente grupo focal. Estoy realizando una investigación para mi proyecto de la universidad, es por esta razón que les he convocado para hablar sobre temas acerca del mejor amigo de las personas, las mascotas. El objetivo de esta reunión es poder discutir diversos aspectos y temas para

mascotas. Por lo cual me gustaría que se sintiese cómodos y libres de expresar todos sus puntos de vista. Todos sus comentarios y sugerencias serán de gran importancia para mi investigación.

Sección 1

Pide a los participantes que se presenten a sí mismos.

Nombre, edad, a que se dedican

- Cuál es tu opinión acerca de la frase “No compres, adopta”
- Que piensas cuando menciono la frase “No abandones, alquila”
- ¿Cuál el significado de tener una mascota para ti?
- ¿Si ustedes tienen o tuvieran una mascota cuánto tiempo la dedicarías en el día?
- ¿Qué beneficios tienen tener mascotas?
- ¿Piensan que sus mascotas son importantes en su familia?
- ¿Menciona al menos 3 razas favoritas tuyas y porque la son? Incluyendo mestizos
- A continuación, nombrare diferentes palabras, cuál de estas es la primera que piensas al mencionar el termino PERRO.
 - a) Raza
 - b) Mestizo
 - c) Callejero
 - d) Adoptar
- Tener mascota es una gran responsabilidad. ¿Qué preferirías adoptar, comprar, o alquilar una mascota?
- ¿Cuál es tu opinión acerca de las personas que dejan sus perros varios días en un hospedaje o guardería?

Sección 2

JUEGO DE ROLES (Hipótesis)

En el caso de anhelas tener una mascota, ya sea para pasear, caminar juntos o un compañero para alegrar tu día. Suponiendo que eres una persona con residencia en Quito, vives en un departamento que no te permite tener mascotas, trabajas de lunes a viernes en horarios de establecidos, por lo cual tu tiempo y espacio no te permiten optar por la mascota. ¿Cuál fuera tu solución ante este dilema?

Opciones:

- Trabajar paseando a mascotas
- Brindar un hogar temporal a una mascota
- Alquilar por horas, cuando tú lo preferías según el tiempo que dispongas

Sección 3

VIDEO (<https://youtu.be/OetzyHGGOj8> - <https://youtu.be/hHNVGALJ19I>)

- ¿Cuál es tu opinión acerca del video?
- Por cual medio de comunicación te gustaría conocer este tipo de servicio y porque
 - a) Redes sociales
 - b) Periódicos
 - c) Radio
 - d) Volantes
- ¿Optarías por alquilar una mascota después de ver el video? Si o no y porque
- ¿Suponiendo que compras el servicio por cuanto tiempo lo alquilarías?
- ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por una hora en alquilar la mascota de la raza que tú quieras? En un rango de \$4 a \$12

Agradezco a todos por su participación y por sus distintas opiniones. La información de este esté focus group, será usada por fines académicos.

Anexo 4: Modelo y resultado de las encuestas

Matriz para la elaboración de la encuesta

Objetivos Específicos	Preguntas	Observación
-----------------------	-----------	-------------

Analizar los entornos mediante el entorno externo de la industria (Porter) e interno para conocer el contexto en el que se desarrollara el plan de negocios.	- ¿Ha escuchado sobre el servicio de alquiler de animales?	✓
Analizar al cliente mediante la investigación cualitativa y cuantitativa para conocer el tipo de comprador en el que ira dirigido el plan de negocios.	- ¿Cuánto tiempo diariamente dispone o dispondría para su mascota? - Para adquirir una mascota que prefiere.	✓ ✓
Identificar una oportunidad de mercado sustentada por el análisis interno, externo y del cliente.	- ¿Estaría dispuesto a adquirir este tipo de Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados)? - Porque adquiriría el servicio de alquilar una mascota adiestrada.	✓ ✓
Desarrollar un plan de marketing aplicando la estrategia general para conocer el mercado objetivo, la propuesta de valor y elaborar la mezcla de marketing.	- ¿Qué aspectos consideraría como relevantes al momento de contratar un servicio de alquiler de mascotas? - ¿Cuáles razas de perros son sus favoritas? - ¿Qué precio entre \$4 a \$12 considera justo para este tipo de servicio? - ¿Qué características cree usted que debería tener un servicio de alquiler de mascotas? - ¿Por cuál medio le gustaría conocer este servicio de alquiler de mascotas? - ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir notificaciones o información en ese medio? - Usted preferiría contratar este servicio a través de	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
Realizar una evaluación financiera mediante proyecciones de ingresos, costos, gastos, inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital para conocer si es rentable la propuesta del proyecto.	- ¿Qué precio de este servicio entre \$4 a \$12 considera tan caro que no lo compraría, por muy bueno que fuese?	✓

Encuesta Piloto:

<p>ENCUESTA Universidad De Las Américas</p> <p>La presente encuesta es realizada con fines académicos, con el objetivo de determinar la aceptación de un Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados) en la Ciudad De Quito, el propósito del alquiler de una macota será con temas terapéuticos, compañía, entretenimiento u otros. Esta encuesta le tomará de 3 a 8 minutos, la información proporcionada por usted es confidencial y solo se utilizará para generar estadísticas necesarias de investigación. ¡De Antemano Agradezco Su Tiempo!</p> <p>1. ¿Ha escuchado sobre el servicio de alquiler de animales?</p> <p style="margin-left: 20px;">a. No he escuchado</p> <p style="margin-left: 20px;">b. Si, alquiler de caballos para montar</p> <p style="margin-left: 20px;">c. Si, alquiler de animales para temas terapéuticos</p>

- d. He escuchado acerca de este servicio que lo implementan en otro país
- 2. ¿Cuál de los siguientes animales tiene usted o le gusta?
 - a. Perro
 - b. Gato
 - c. Caballo
 - d. Ninguna de las anteriores
- 3. ¿Cuánto tiempo diariamente dispone o dispondría para su macota?
 - a. De 1 a 2 horas
 - b. De 3 a 4 horas
 - c. De 5 a 6 horas
 - d. De 7 a 8 horas
- 4. Para adquirir una mascota que prefiere:
 - a. Comprar
 - b. Adoptar
 - c. Alquilar
 - d. Se la obsequien
- 5. ¿Qué aspectos consideraría como relevantes al momento de contratar un servicio de alquiler de mascotas adiestradas?
 - a. Precio
 - b. Raza
 - c. Brindar una mejor vida a perros sin hogar
 - d. Posibilidad de elegir el número de horas o días para alquilar
- 6. Porque adquiriría el servicio de alquilar una mascota adiestrada.
 - a. Tener una aventura (caminar, pasear...etc.)
 - b. Compañía
 - c. Pasar con niños
 - d. Temas terapéuticos (no videntes, salud mental...etc.)
- 7. ¿Cuáles razas de perros son sus favoritas?
 - Labrador, Golden
 - Beagle, Shnauzer
 - Pequines, French poodle
 - Mestizos

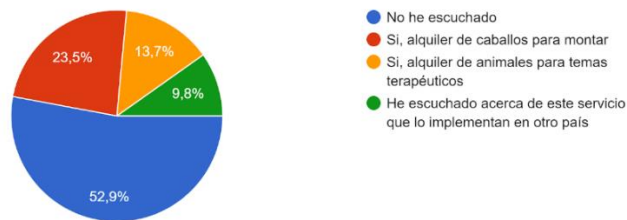
Considerando el Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados), tomando en cuenta que se alquila por una hora a un perro adiestrado. Responda las siguientes preguntas:

- 8. ¿A qué precio entre \$4 a \$12 usted comprara este servicio y consideraría que es barato?
- 9. ¿Qué precio entre \$4 a \$12 de este servicio consideraría tan barato que dudaría de su calidad y ya no lo adquiriría?
- 10. ¿A qué precio entre \$4 a \$12 usted adquiriría este servicio, pero consideraría que es caro?
- 11. ¿Qué precio de este servicio entre \$4 a \$12 considera tan caro que no lo compraría, por muy bueno que fuese?
- 12. ¿Qué precio entre \$4 a \$12 considera justo para este tipo de servicio?
- 13. ¿Qué características cree usted que debería tener un servicio de alquiler de mascotas? Establezca en orden de importancia (1 el más importante y 4 menos importante)
 - a. Catálogo con distintos tipos de perros
 - b. Características de cada uno
 - c. Perros adiestrados para terapias
 - d. Carnet con certificación de salud
- 14. ¿A través de que medio le gustaría conocer este servicio de alquiler de mascotas?
 - a. Redes sociales
 - b. Flyers
 - c. Vallas publicitarias
 - d. Ferias de mascotas
- 15. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir notificaciones o información en ese medio?
 - a. Cada dos días
 - b. Dos veces a la semana
 - c. Cada 15 días
 - d. Una vez al mes
- 16. Usted preferiría contratar este servicio a través de
 - a. Redes sociales
 - b. Establecimiento físico
 - c. Página oficial
 - d. Llamada telefónica
- 17. ¿Estaría dispuesto a adquirir este tipo de Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados)?
 - a. Si
 - b. No

18. ¿Porque estaría dispuesto a adquirir este servicio de alquiler de macotas?
- Terapias psicológicas
 - Terapias físicas
 - Compañía
 - Entretenimiento
19. ¿Qué motivo le haría dudar para no adquirir el uso de este servicio?
- No le interesa
 - Ya tiene perros
 - No tiene tiempo
 - Falta de conocimiento de información del servicio
20. ¿Estaría dispuesto a aceptar políticas del establecimiento para brindar bienestar y seguridad a la mascota?
- Si
 - No
21. Genero
- Masculino
 - Femenino
22. Edad
- 20-30
 - 31-40
 - 41-50
 - Más de 51

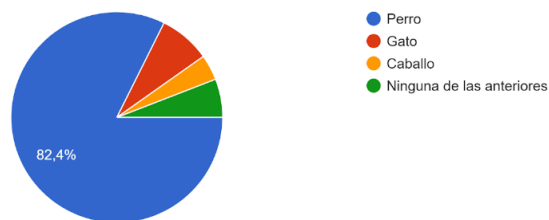
1. ¿Ha escuchado sobre el servicio de alquiler de animales?

51 respuestas



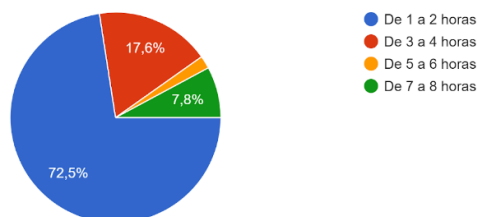
2. ¿Cuál de los siguientes animales tiene usted o le gusta?

51 respuestas



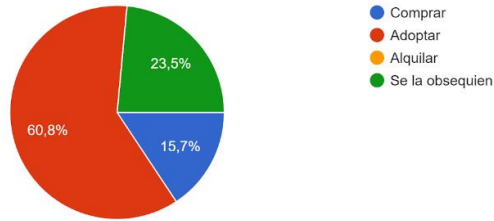
3. ¿Diariamente cuanto tiempo dispone o dispondría para el cuidado de su mascota?

51 respuestas

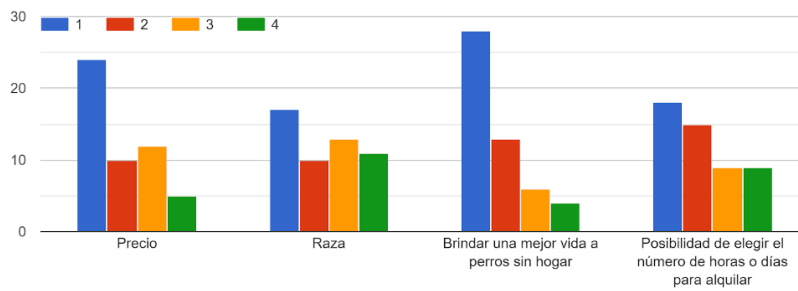


4. Para adquirir una mascota que prefiere:

51 respuestas

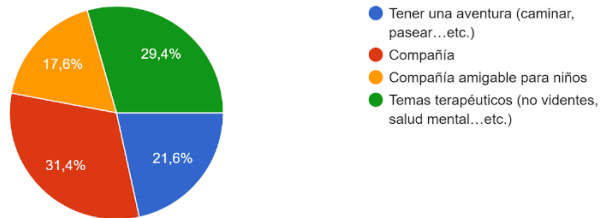


5. ¿Qué aspectos consideraría como relevantes al momento de contratar un servicio de alquiler de mascotas adie... más importante y 4 menos importante.



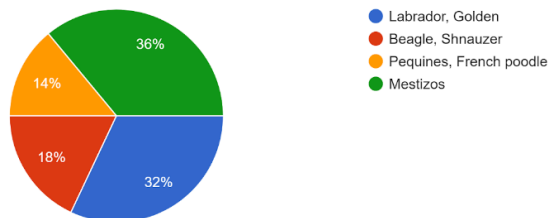
6. Porque adquiriría el servicio de alquiler una mascota adiestrada.

51 respuestas



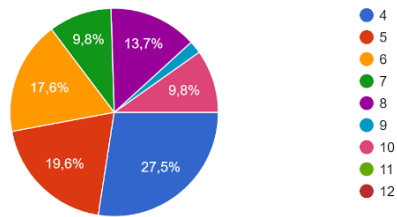
7. ¿Cuáles razas de perros son sus favoritas?

50 respuestas



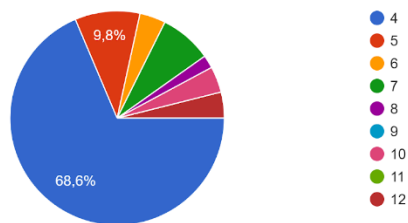
8. ¿A qué precio entre \$4 a \$12 usted comprara este servicio y consideraría que es barato?

51 respuestas



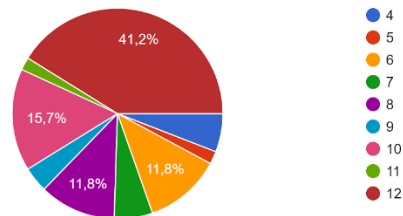
9. ¿Qué precio entre \$4 a \$12 de este servicio consideraría tan barato que dudaría de su calidad y ya no lo adquiriría?

51 respuestas



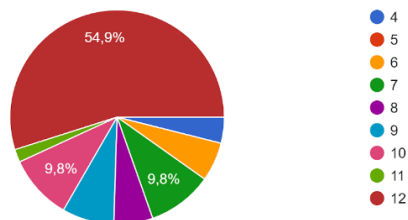
10. ¿A qué precio entre \$4 a \$12 usted adquiriría este servicio, pero consideraría que es caro?

51 respuestas



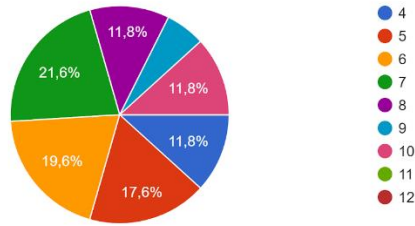
11. ¿Qué precio de este servicio entre \$4 a \$12 considera tan caro que no lo compraría, por muy bueno que fuese?

51 respuestas

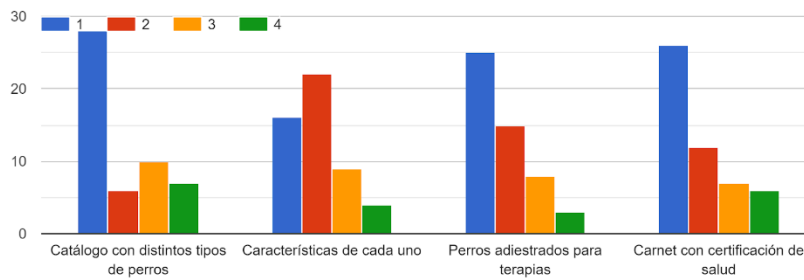


12. ¿Qué precio entre \$4 a \$12 considera justo para este tipo de servicio?

51 respuestas

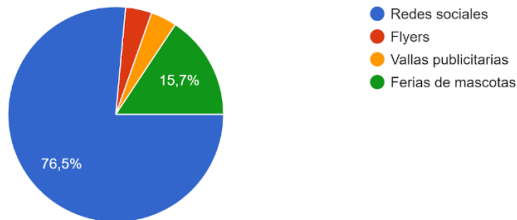


13. ¿Qué características cree usted que debería tener un servicio de alquiler de mascotas? Establezca en orden de ...as importante y 4 menos importante).



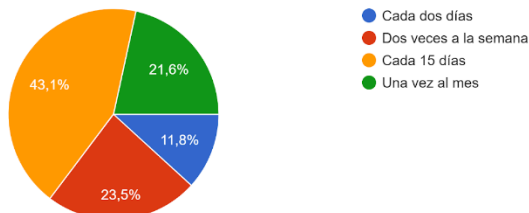
14. ¿A través de que medio le gustaría conocer este servicio de alquiler de mascotas?

51 respuestas

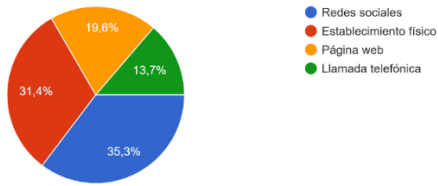


15. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir notificaciones o información en ese medio?

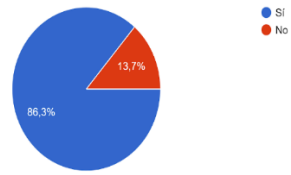
51 respuestas



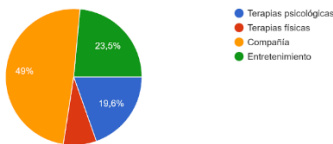
16. Usted preferiría contratar este servicio a través de
51 respuestas



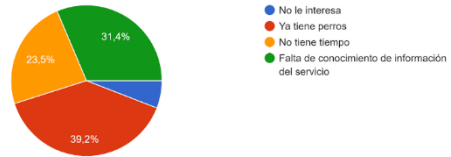
17. ¿Estaría dispuesto a adquirir este tipo de Servicio De Alquiler de Perros de Raza y Perros Mestizos (Rescatados)?
51 respuestas



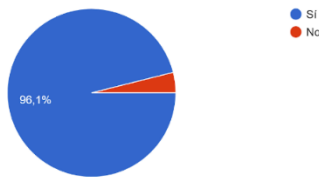
18. ¿Porque estaría dispuesto a adquirir este servicio de alquiler de mascotas?
51 respuestas



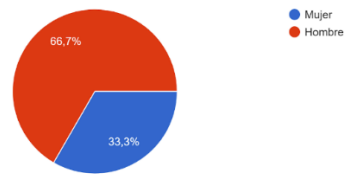
19. ¿Qué motivo le haría dudar para no adquirir el uso de este servicio?
51 respuestas



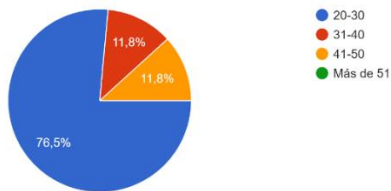
¿Estaría dispuesto a aceptar políticas del establecimiento para brindar bienestar y seguridad a la mascota?
51 respuestas



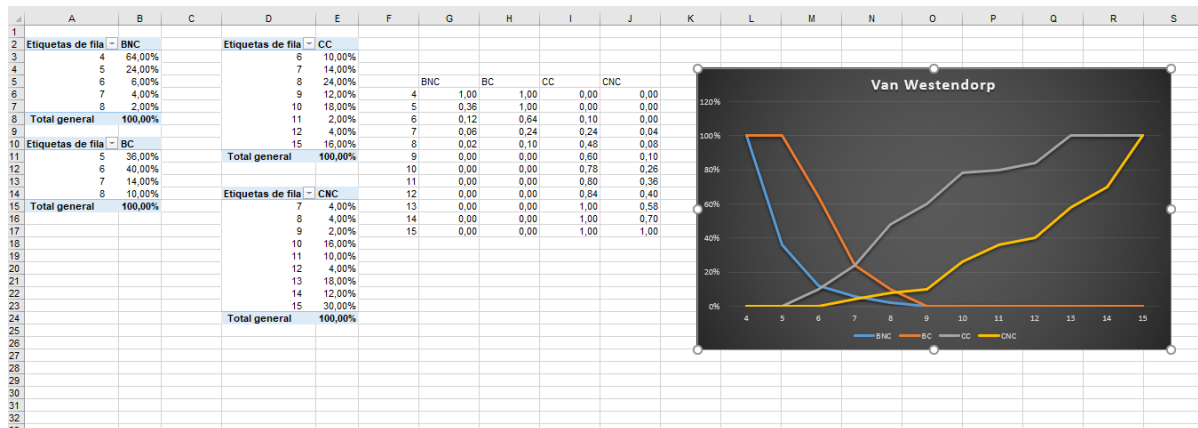
Genero
51 respuestas




Edad
51 respuestas



Anexo 5: Van Westendorf



Anexo 6: Cotización de conceptos para los cuidados de las mascotas



COMP A - 30 KG

Alimento completo y balanceado para perros adultos de todas las razas. Recomendado para perros que viven en espacios verdes, amplios y empiezan a comer balanceado.

Nuevo - 12 vendidos

Compa


U\$S 35

Pago a acordar con el vendedor

Entrega a acordar con el vendedor

Cantidad: 1 unidad

Comprar



Nuevo - 14 vendidos

Promix Cachorro 30 Kg

\$41 Precio Mayorista

U\$S 41

Pago a acordar con el vendedor

Entrega a acordar con el vendedor

Último disponible

Comprar

Alimentación diaria por tamaño			
	Grande	Mediano	Pequeño
lb	1,76	0,9	0,6
Precio	\$0,58	\$0,58	\$0,58
	1,01	0,52	0,35
	Promedio Diario		\$0,63
	Promedio Mensual		\$18,77

Vacuna	Lugar: Servicios Veterinarios	Lugar: Veterinaria Basset
	Precio	Precio
Parvovirus /moquillo	10	12
Polivalente.	10	12
Traqueobronquitis	7	7,50
Antirrábica	7,50	8
Refuerzo anual(pentavalente)	10	12

Anexo 7: Costos de publicidad

Presupuesto y calendario

Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios.

Presupuesto: Presupuesto diario \$5,00

El importe real gastado por día puede variar.

Calendario: Definir una fecha de inicio y de finalización

Inicio: 7/12/2018 10:00

Fin: 10/12/2018 21:00

Tus anuncios se pondrán en circulación durante 3 días y no gastarás más de \$17,29.

Tamaño del público

Tu público está definido.

Alcance potencial: 680.000 personas

Resultados diarios estimados

Alcance: 3.600 - 14.000

Interacción con la publicación: 100 - 570

ECIOS CUENTES CONTACTANOS

TIENDA VIRTUAL

paga una sola vez

\$699 + IVA


Desde 6 secciones

Sección adicional \$69 + IVA

Desarrollo en WORDPRESS

Administración por el CLIENTE

Cobro de Tarjeta por PAYPAL



PROMO 1000 VOLANTES FULL COLOR DOS LADOS

40\$ INCLuye IVA

Nuevo - 3 vendidos

Vallas Publicitarias

U\$S 1000

Pago a acordar con el vendedor

Entrega a acordar con el vendedor

Único disponible

Comprar

Nuevo - 14 vendidos

Volantes A5 Promo Flyers \$40,00 (15x21cm.) / Trípticos

U\$S 40

Pago a acordar con el vendedor

Entrega a acordar con el vendedor

Único disponible

Comprar

Anexo 8: Costos para las actividades de la empresa



Nuevo - 34 vendidos

Estación De Trabajo Tipo L Escritorio - Mueble De Oficina.

U\$S 250

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (16 disponibles)

Comprar



Nuevo - 229 vendidos

Silla Oficina Ejecutiva Escritorio Ergonomica No Imitación

U\$S 75

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (12 disponibles)

Comprar



Nuevo

Basurero Papelera Pequeño Acero Inoxidable 7 Litros

U\$S 25

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Más información

Único disponible

Comprar



Nuevo - 117 vendidos

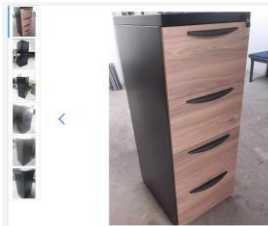
Silla Censa Para Visita, Oficina Mueble De Oficina

U\$S 25

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (182 disponibles)

Comprar



Nuevo - 47 vendidos

Archivadores, escritorios, Muebles De Oficina

U\$S 114.99

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (100 disponibles)

Comprar



Nuevo - 51 vendidos

Mesas De Reuniones

U\$S 400

- Pago a acordar con el vendedor
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
Más información

Único disponible

Comprar



Nuevo - 107 vendidos

Computadora Cpu Intel Core I5 3.0 7ma Gen 2tb 4gb Led 20, 17

U\$S 498

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (104 disponibles)

Comprar



Nuevo - 2 vendidos

Panasonic Teléfono Inalámbrico 2 Bases Contestador Identific

U\$S 89.99

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (158 disponibles)

Comprar



Nuevo - 365 vendidos

Epson L380 Impresora Multifuncion Tinta Continua L4150 L395

U\$S 178.56

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (108 disponibles)

Comprar



Nuevo - 3971 vendidos

Kit 4 6 8 16 Camaras Seguridad 720p Hikvision + Dvr 8c 1080p

U\$S 245

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información
- Entrega a acordar con el vendedor
Guilo, Pichincha (Quito)
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (1000 disponibles)

Comprar

Hyundai H1

2015 | 101000 Kms.


★★★★★ 4.6 Ver las 4 opiniones del modelo

Paga tu Hyundai manejando con **UBER** | [INSCRÍBETE HOY](#)

\$33.000

Negociable





Nuevo - 11 vendidos

Kernel Jaula Transporte Perros Medianos Grandes 81x57x60


U\$S 160

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Más información

Único disponible

[Comprar](#)



Nuevo - 3 vendidos

LIMPIADORAS DE ALTA PRESIÓN


U\$S 1.800

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
Más información

Único disponible

[Comprar](#)



Nuevo - 5 vendidos

Balanza Plataforma 300 Kg. Digital Electrónica Camry


U\$S 160

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (2 disponibles)

[Comprar](#)



Nuevo - 2 vendidos

Gps Para Su Mascota Ubiquela Siempre Rastreador Localizador


U\$S 125

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Cacha
Más información

Único disponible

[Comprar](#)



Nuevo - 84 vendidos

Collar De Ahogo O Educación Para Perros Recomendado


U\$S 3⁵⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Ver costos de envío

Único disponible

[Comprar](#)



Nuevo

Placas Para Perros - Diseños Exclusivos - Excelente Precio


U\$S 5

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Más información

Único disponible

[Comprar](#)



Nuevo - 1 vendido

Cama Comfort Premium Para Perros Grandes Tela Microfibra


U\$S 30

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (2 disponibles)

[Comprar](#)



Nuevo - 12 vendidos

Plato Metálico En Acero Para Perros Estándar 32 Onzas


U\$S 6

Pago a acordar con el vendedor
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1 unidad (988 disponibles)

[Comprar](#)



Nuevo - 13 vendidos

Sistema Contable Erp Facturación Electrónica Código Fuente

U\$S 1.250

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información

Envío gratis a todo el país
Guayaquil, Guayas
Más información

Único disponible

[Comprar](#)

[@ManTechEC](#) [www.mantech.ec](#)

Tababela Rento estrenar casa en un solo piso

Encuentra la mejor propiedad - Properati | Compra - Arrenda

Compra la casa de tus sueños en Properati.com.ec [properati.com.ec/Comprar/Inmuebles](#)

ABRIR

\$ 2,500 USD 3 Recamaras, 300m2 Terreno, 3 Baños, Provincia: Pichincha, Canton: Quito, Hace 2 meses



