

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-QUITO FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA DEDICADA AL
CUIDADO Y CUSTODIA DE PERROS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE
CONOCOTO**

AUTOR:

MELISSA CRISTINA HUILCAPI SALAZAR

DIRECTOR: ING. VICENTE TORRES

QUITO, MARZO, 2023

INDICE GENERAL

INDICE GENERAL.....	I
INDICE DE FIGURAS	VI
Resumen Ejecutivo.....	IX
1. Introducción.....	1
1.1 Planteamiento de problema	1
1.2 Objetivos del Estudio	2
1.2.1 Objetivo General.	2
1.2.2 Objetivos Específicos.	2
1.3 Diseño metodológico y tipo de estudio	3
1.3.1 Fuentes primarias.	3
1.3.2 Fuentes secundarias.	4
1.3.3 Procesamiento de datos.....	4
1.4.1 Marco Teórico	5
1.4.1.1 Plan de Negocios.....	5
1.4.1.2 Funciones del Plan de negocios.	6
1.4.1.3 Misión.....	6
1.4.1.4 Visión.	6
1.4.1.5 Valores.....	6
1.4.1.6 Objetivos.....	6
1.4.1.7 Empresa.	6
1.4.1.8 Empresa de Servicios.	7
1.4.1.9 Características de Empresa de Servicios.	7
1.4.1.10 Entorno Situacional.	7
1.4.1.11 Perro.	7
1.4.1.12 Encargados Temporales.....	9
2. Formulación de la idea del negocio	9
2.1 Necesidad insatisfecha detectada y oportunidad de negocio.....	9
2.2 Modelo Canvas	11
2.2.1 Segmentos de mercado.	11
2.2.2 Propuesta de Valor.....	11
2.2.3 Canales.....	11
2.2.4 Relaciones con los clientes.	11

2.2.5 Fuentes de ingresos.....	12
2.2.6 Recursos Clave.....	12
2.2.7 Actividades Clave.....	12
2.2.8 Asociaciones Clave.....	12
2.2.9 Estructura de Costos.....	13
3. Análisis del entorno.....	14
3.1 Factores políticos y legales.....	14
3.2 Factores Económicos	14
3.2.1 Inflación	14
3.2.2 PIB (Producto Interno Bruto).....	16
3.2.3 Riesgo País.....	16
3.3 Factores sociales	17
3.4 Factores tecnológicos	18
4. Análisis de mercado	19
4.1 Perfil de clientes.....	19
4.1.2 Encuesta Focus Group.....	19
4.1.2.1 Objetivo general del Focus Group.....	19
4.1.2.2 Objetivos específicos.....	19
4.1.2.3 Requisitos.....	19
4.1.2.4 Reglas.....	20
4.1.2.5 Aplicación de la encuesta.....	20
4.1.2.6 Banco de preguntas.....	30
4.1.2.7 Resultados de la encuesta.....	30
4.2 Competidores	30
4.3 Proveedores.....	31
Análisis de la industria	31
5.1 Los competidores actuales.....	32
5.1.2 Requisitos de capital.....	32
5.1.3 Costo al cambiar de proveedor.....	32
5.1.4 Acceso a canales de distribución.....	32
5.1.5 Identificación de marca.....	33
5.2 Competidores potenciales.....	33
5.2.1 Diversidad de los competidores.....	33

5.2.2 Diferenciación entre productos.	33
5.2.3 Crecimiento de la demanda.	33
5.2.4 Efecto de demostración.	34
5.3 Los productos o servicios sustitutos	34
5.3.1 Disponibilidad de productos sustitutos.	34
5.3.2 Precio entre ofrecido por el sustituto.	34
5.3.3 Rendimiento y calidad comparada.	34
5.4 Poder de negociación con los clientes	35
5.4.1 Concentración de clientes.	35
5.4.2 Volumen de compra.	35
5.4.3 Información acerca del proveedor.	35
5.4.4 Identificación de la marca.	35
5.5 Negociación con los proveedores	36
5.5.1 Concentración de los proveedores.	36
5.5.2 Importancia de volumen para los proveedores.	36
5.5.3 Costo al cambiar de proveedor.	36
5.6 Matriz de las 5 fuerza de Porter	36
6. Plan estratégico de la empresa	38
6.1 Análisis FODA	38
6.1.1 Conclusión	38
6.2 Análisis FODA Estratégico	39
6.2.1 Conclusión.	40
6.3 Visión	40
6.4 Misión	40
6.5 Objetivos Estratégicos.	40
6.6 Fuentes generadoras de ventaja competitiva	41
6.6.1 Ubicación estratégica.	41
6.6.2 Calidad del servicio.	41
6.6.3 Personal altamente capacitado.	42
6.6.4 Aliados estratégicos.	42
6.6.5 Diseño y ambiente de la guardería.	42
7. Plan de Marketing	44
7.1 Objetivos de marketing	44

7.2 Mezcla de marketing	44
7.3 Descripción del Servicio	45
7.4 Estrategias de mercado.....	47
7.5 Estrategia de precio	47
7.6 Estrategia de plaza	48
7.7 Estrategia de servicio posventa.....	49
7.8 Estrategia de posicionamiento	50
7.9 Plan de marketing	51
8. Plan de operaciones.....	53
8.1 Objetivo de operaciones	53
8.2 Actividades previas al inicio del servicio.....	53
8.3 Diseño de servicio	55
8.4. Aspectos técnicos del servicio	55
8.4.1 Servicios.	55
8.4.2 Horarios de atención.....	56
8.4.3 Asistencia especial.....	56
8.5 Proceso de producción del servicio.....	57
8.6 Flujo de proceso del servicio	58
8.7 Estándares de calidad	59
9. Diseño de estructura y plan de recursos humanos	60
9.1 Principales funciones principales que requiere la empresa	60
9.2 Las habilidades y conocimientos de cada función requieren	61
9.3 Los argos permanentes en la empresa	63
9.4 Organigrama estructural	63
9.5 Políticas para la administración del talento humano.....	64
9.6 Presupuesto de las remuneraciones.....	65
10. Plan financiero.....	66
10.1 Plan de ventas	66
10.2 Análisis de costos.....	66
10.3 Punto de equilibrio del negocio	67
10.4 Inversión inicial	67
10.5 Fuentes de financiamiento	69
10.6 Proyección de flujo de caja.....	70

10.7 Análisis de rentabilidad Van y Tir	71
10.8 Estado de pérdidas y ganancias proyectado de la empresa	72
10.9 Análisis de sensibilidad y riesgo de negocio	72
Conclusiones	74
Recomendaciones.....	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema plan de negocios	5
Figura 2. IPC Ecuador	15
Figura 3. Riesgo país en Latinoamérica	17
Figura 4. Distribución del empleo con impacto en la crisis	18
Figura 5. Importancia del perro	20
Figura 6. Atención del perro	21
Figura 7. Mascota sola.....	22
Figura 8. Supervisión del perro.....	23
Figura 9. Abandono.....	24
Figura 10. Daño de los perros.....	25
Figura 11. Ansiedad en perros	26
Figura 12. Tratamiento	27
Figura 13. Apego emocional o hiperapego.....	28
Figura 14. Cuidado de mascota	29
Figura 15. Diseño de servicio	55
Figura 16. Servicios.....	55
Figura 17. Horarios de atención.....	56
Figura 18. Asistencia especial	56
Figura 19. Flujo de proceso de servicios	58
Figura 20. Organigrama estructural	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Propuesta de diseño metodológico	4
Tabla 2. Importancia del perro	20
Tabla 3. Atención del perro	21
Tabla 4. Mascota sola	22
Tabla 5. Supervisión del perro	23
Tabla 6. Abandono	24
Tabla 7. Daño de los perros	25
Tabla 8. Ansiedad en perros.....	26
Tabla 9. Tratamiento	27
Tabla 10. Apego emocional o hiperapego	28
Tabla 11. Cuidado de mascota	29
Tabla 12. Guarderías Caninas	31
Tabla 13. Matriz de las 5 fuerzas de Porter	37
Tabla 14. Matriz FODA.....	38
Tabla 15. FODA Estratégico.....	39
Tabla 16. Mezcla de marketing	45
Tabla 17. Descripción del servicio	46
Tabla 18. Plan de marketing	52
Tabla 19. Actividades previas al inicio de servicio.....	53
Tabla 20. Proceso de producción del servicio.....	57
Tabla 21. Funciones de la empresa	60
Tabla 22. Habilidades y conocimientos.....	62
Tabla 23. Cargos permanentes	63
Tabla 24. Políticas para la administración del talento humano.....	64
Tabla 25. Presupuesto remuneraciones	65
Tabla 26. Plan de ventas	66
Tabla 27. Costo de servicio.....	66
Tabla 28. Punto de equilibrio	67
Tabla 29. Inversión inicial	67
Tabla 30. Inversión diferida.....	68
Tabla 31. Depreciaciones.....	68

Tabla 32. Fuentes de financiamiento.....	69
Tabla 33. Proyección de costos.....	69
Tabla 34. Proyección de gastos.....	69
Tabla 35. Flujo de caja	70
Tabla 36. Flujo de caja	71
Tabla 37. Estado de pérdidas y ganancias	72
Tabla 38. Análisis de sensibilidad.....	72

Resumen Ejecutivo

Puppy Care es una microempresa, Este tipo de negocio es el más pequeño dentro de la clasificación por tamaño y generalmente son emprendimientos o negocios familiares, formados de 1 a 9 personas aproximadamente y activos hasta \$100.000 (Banco Pichincha, 2021)

El objetivo del proyecto es brindar a los perros atención personalizada mediante el cuidado y custodia a de los mismos, realizando actividades que favorezcan a su desarrollo al igual generando un bienestar en los dueños de los canes, brindaremos información evitando el desconocimiento que causa varios males para que se mejore la salud del perro. El tipo de negocio al que pertenece es una empresa de servicios para el mercado nacional en el sector de Conocoto puente 2.

En el desarrollo del plan esta analizar los factores a tomar en cuenta para realizar la empresa, mediante las investigaciones realizadas como las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas al igual que los factores de tecnológicos, sociales, políticos que ayudan al avance del proyecto. Los análisis realizados son internos como externos los cuales ayudarán a tomar las decisiones en la empresa.

El estudio utilizará un enfoque descriptivo y exploratorio ya que reúne información para realizar investigaciones a base de hipótesis, familiarizándonos con un tema desconocido, utilizaremos las encuestas que nos permitirá medir las necesidades al sector de Conocoto. Se utilizará información documental las cuales son estudios científicos, revistas, páginas web las que aportarán información fundamental para el desarrollo del trabajo de integración.

1. Introducción

Plan de negocios para la creación de una guardería dedicada al cuidado y custodia de perros, ubicada en la parroquia Conocoto de la Ciudad de Quito.

1.1 Planteamiento de problema

En la actualidad las mascotas forman parte de la vida cotidiana del ser humano, las principales mascotas que conviven en los hogares ecuatorianos están entre gatos o perros los mismos que demandan cuidados y atenciones especiales.

En la actualidad existen muchas familias dueños de canes los cuales debido a las situaciones laborales se les complica el otorgar tiempo de calidad a sus mascotas, ocasionándoles ciertos tipos de comportamientos que varían su estado de ánimo los cuales desencadenan posibles enfermedades como depresiones, ansiedad, pérdida de peso excesiva entre otros, para lo cual una vez identificada la problemática se considera necesario implementar un plan de negocios el cual nos permita analizar la factibilidad para la prestación del servicio de guardería para el cuidado y custodia de mascotas en el sector de Conocoto. Este proyecto se considera necesaria su implementación dado que en la actualidad no existen este tipo de servicios en dicho sector, al contrario, solo cuentan con veterinarias y peluquerías que no solventan esta particularidad.

Dichos cuidados con respecto a los caninos se encuentran relacionados con una alimentación acorde a la raza y su tamaño, como también la prevención de enfermedades dentro de las cuales está la convivencia con otro de su misma especie lo cual le permite al can desarrollar actividad social y este a vez se relacione con su pertenencia a una manada, lo que le otorga la mascota seguridad, destrezas y bajos niveles de estrés. (Tienda de Mascotas, 2022).

No obstante, existen muchas mascotas que no socializan por el hecho que sus dueños no cuentan con el tiempo y espacio suficiente para desarrollan esta actividad, por lo que una alternativa para sus mascotas son las guarderías caninas que a su vez garantizan de manera efectiva el cuidado, adiestramiento y atención especial a las mascotas que por algún motivo lo requieran.

Por tanto, se plantea la creación de plan de negocios de una guardería dedicada al cuidado y custodia de perros ubicada en la parroquia de Conocoto de la ciudad de Quito, el mismo que contará con un espacio amplio y adecuado para la prestación de este servicio, tomando en consideración que el sector no cuenta en la actualidad con una guardería con las características anteriormente señaladas lo que a su vez permitirá satisfacer las necesidades de las mascotas.

1.2 Objetivos del Estudio

1.2.1 Objetivo General.

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una guardería dedicada al cuidado y custodia de perros, ubicada en la parroquia de Conocoto de la ciudad de Quito.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar de manera teórica lo concerniente al control y administración para la elaboración de un plan de negocios de una guardería para el cuidado y custodia de perros.
- Analizar la situación actual del entorno empresarial de las guarderías de perros dentro del sector de Conocoto.
- Realizar un estudio de mercado que permita medir el impacto y las necesidades dentro del sector de Conocoto.
- Elaborar un modelo de negocio para la guardería de perros en el sector de Conocoto.
- Realizar un plan de marketing para la guardería de perros en el sector de Conocoto.
- Elaborar un plan de operaciones para conocerlos procesos a llevar a cabo en la guardería de perros en el sector de Conocoto.
- Diseñar la estructura y plan de recursos humanos para la guardería de perros en el sector de Conocoto
- Elaborar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto de la guardería encargada del cuidado y custodia de perros.

1.3 Diseño metodológico y tipo de estudio

La presente propuesta utilizará el método de investigación descriptivo y exploratorio para el desenvolvimiento se recopilará información existente sobre el problema existente de la falta de lugares destinados al cuidado de los canes en el sector de Conocoto, utilizando información cualitativa para demostrar la importancia de los cuidados que deben tener con el animal.

El estudio descriptivo es de tipo observacional que describe un fenómeno dentro de una población, en este tipo de estudios, no existe ninguna intervención por parte del investigador, el cual se limita a medir el fenómeno y describirlo tal y como se encuentra presente en la población. Su objetivo es describir las características del fenómeno y proporcionar datos Veiga, Fuente, Zimmermann (2008).

El tipo estudio que se empleará en la investigación será de carácter exploratorio, que ayuda a reunir información para posibilitar una investigación mediante el desarrollo de una hipótesis; Tiene por objeto esencial familiarizarnos con un tema desconocido, novedoso o escasamente estudiado. Son el punto de partida para estudios posteriores de mayor profundidad (Ander-Egg, E, 1995)

El presente proyecto de investigación se encuentra enmarcada dentro de un enfoque mixto: cuantitativo - cualitativo.

Según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2010), el enfoque cuantitativo emplea la obtención de datos a fin de poner a prueba la o las hipótesis formuladas; siendo su base la medición numérica que incluye procedimientos como los análisis estadísticos.

Según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2010), en el enfoque cualitativo pueden desarrollarse cuestionamientos o formularse hipótesis en cualquier momento de la obtención y análisis de los datos. En este sentido, la indagación es dinámica tanto en los hechos como en su interpretación, convirtiéndose en un proceso cíclico cuya secuencia puede variar según la investigación.

1.3.1 Fuentes primarias.

Para este estudio se plantea la formulación de fuentes primarias la cual será por medio de la elaboración y formulación de encuestas las cuales nos permitirá medir las necesidades al sector de

Conocoto con respecto a si cuentan o no si cuentan con el servicio de guardería para mascotas con el fin de obtener datos relevantes a la investigación.

Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa. (Terrerros, 2023)

1.3.2 Fuentes secundarias.

Con respecto a las fuentes secundarias estas estarán definidas por el tipo de investigación documental la cual hace referencia a la indagación de estudios similares referentes al tema, estudios científicos, libros, revistas, páginas web, mismas que aportará a la elaboración y diseño del plan de negocios propuesto.

La investigación documental tiene como objetivo recolectar datos por medio de varias fuentes como libros, revistas, a su vez se puede decir que se asocia con hechos históricos basándose en datos del pasado y del presente con el fin de al obtener toda la información se pueda analizar y llegar a un resultado lógico. (Tesis y Masters, 2023)

Tabla 1. Propuesta de diseño metodológico

Factor	Tipos
Tipo de estudio	Exploratorio, Descriptivo, Correlacional Longitudinal, Transversal
Tipo de diseño	Estudio de caso, Muestral (estadística o convencional), Poblacional Cuantitativo, Cualitativo No experimental

Fuente: (Pontificia Universidad Católica del Ecuador).

1.3.3 Procesamiento de datos.

La presente investigación se ha dividido en los siguientes capítulos: en el primer capítulo se abordará análisis situacional para el diseño del plan de negocios

En el segundo capítulo se realizará un estudio de mercado para conocer el perfil de los clientes y persona y el detalle de los servicios que ellos demandan.

En el tercer capítulo se analizará la situación actual del entorno empresarial del servicio guarderías para mascotas en el sector de Conocoto.

El cuarto capítulo se realizará un estudio de mercado que permita medir el impacto y las necesidades dentro del sector, se plantea la elaboración de un modelo de negocio para la guardería de perros en el sector de Conocoto.

Finalmente, en el último capítulo se elaborará un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto de la guardería encargada del cuidado y custodia de perros con el propósito de poder establecer si la inversión que se pretende realizar para la creación de esta empresa tiene un VAN positivo y una tasa de retorno adecuada.

1.4 Marco Teórico Referencial

1.4.1 Marco Teórico

1.4.1.1 Plan de Negocios.

Plan de negocios es un documento escrito de manera clara y objetiva, sirve para dirigir un negocio exponiendo los objetivos meta y todas las actividades que se llevan a cabo para lograrlo, además es una propuesta de inversión, calidad y oportunidad de mercado. (Villagran, 2009)

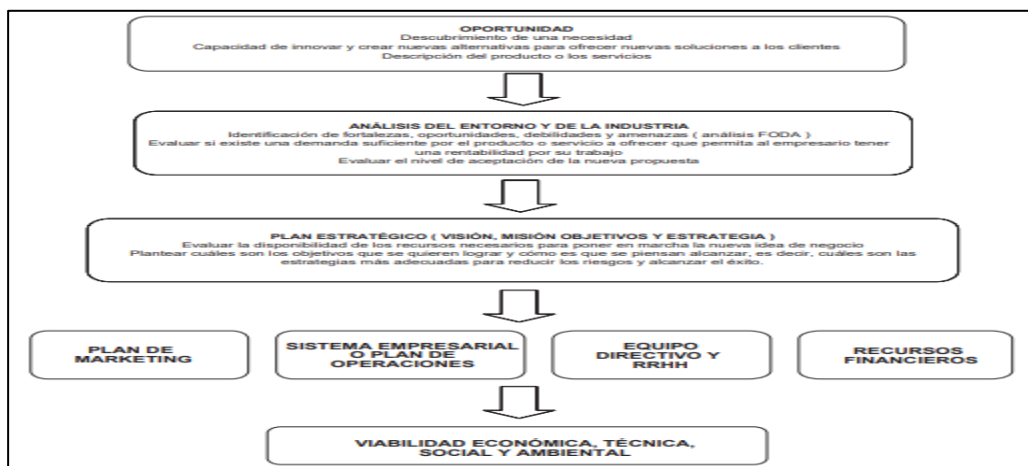


Figura 1. Esquema plan de negocios

Fuente Villagrán (2009)

1.4.1.2 Funciones del Plan de negocios.

Las funciones del plan de negocios es que es una herramienta con dos funciones principales administrativa y financiera dando a conocer la situación de las actividades de la empresa además del potencial real de las características de su mercado objetivo. Sirva de guía para la evaluación del desempeño empresarial Villagrán (2009).

1.4.1.3 Misión.

La misión de una empresa es la razón principal de su existencia, su propósito dentro de la sociedad, con el fin de crear su plan de negocios con estrategias de mercado debido a que las decisiones que se tomen partirán desde aquí Santander (2022).

1.4.1.4 Visión.

La visión se define como la dirección que va a llevar la compañía con metas a mediano y largo plazo, es decir permite definir el camino para lograr las metas propuestas. Santander (2022).

1.4.1.5 Valores.

Son los principios de una empresa sobre sus acciones y decisiones, influyendo de forma directa al desarrollo de la empresa, define cuál es el comportamiento ético de la empresa y de sus trabajadores. Santander (2022).

1.4.1.6 Objetivos.

Son la finalidad que la organización logra buscar su existencia y operaciones, deben ser medibles para guiar a todo el equipo a conseguirlo definiendo de manera específica cómo será el proceso hasta lograr sus metas. Santander (2022).

1.4.1.7 Empresa.

Una empresa es un ente formado por trabajadores y vende bienes o servicios con fines de lucro o sin fines de lucro, cubriendo necesidades de la población con el objetivo de tener beneficios

1.4.1.8 Empresa de Servicios.

Una empresa de servicios proporciona servicios como se menciona, son elementos no tangibles que solventan necesidades específicas, así como el provisionamiento de elementos para el desarrollo de actividades. (Retos directivos, 2022)

1.4.1.9 Características de Empresa de Servicios.

Según Carabaño (2022), las características de empresa de servicio tenemos:

Los servicios se ofrecen por interacciones con los clientes ya que ofrece una buena reputación a la empresa.

Dependen de la calidad del servicio por lo que es fundamental contar con personal capacitado para realizar las actividades y seguir las normas establecidas

1.4.1.10 Entorno Situacional.

El entorno situacional corresponde a comprender las necesidades de los clientes y el mercado mediante métodos para conocer la situación actual y saber si es viable o no seguir con la investigación presentando oportunidades de desarrollo. Su principal objetivo es mostrar a la empresa su posición organizacional para sobrevivir en el entorno y poder realizar una estrategia de mercadeo. Al analizar los factores internos y externos identificamos las capacidades, clientes actuales y el impacto de la organización. Corvo (2022).

1.4.1.11 Perro.

El perro siempre ha sido un pilar fundamental en las diferentes facetas de la vida del hombre, son animales que han acompañado al hombre por muchos años, después de lograr domesticarlos fue posible obtener la sólida relación Jesús (2020).

Según (American Animal Hospital Association, 1995), de acuerdo a las encuestas la mayoría de los dueños de perros seleccionaron como la razón principal para tener un perro la relación de compañerismo lograda con el animal, desde hace décadas se consideraba al perro como apoyo para realizar las labores humanas como era la pesca, vigilancia, pero con la evolución de la sociedad la

contribución de los perros en la vida de los seres humanos ha aumentado no solo para las labores diarias, ha llegado a salvar vidas ya que participa en operaciones de rescate como terremotos, guerras y todo tipo de eventos trágicos.

La importancia de los perros es mayor en la actualidad ya que ayuda a labores que los humanos no son capaces y que generan un pro en la sociedad, por medio de entrenamientos los perros son capaces de detectar narcóticos. Es por ello que los humanos consideramos cada vez más al can no solo como un compañero sino como un miembro más de la familia Gómez (2013).

El perro como terapia, su finalidad es establecer una conexión afectiva con pacientes que sufren enfermedades como SIDA, Alzheimer y trastornos psicológicos y se ha adentrado en hogares para la ayuda de personas de la tercera edad, hospitales, cárceles, con el fin de mejorar el contacto interpersonal. Los perros tienen la conexión con las personas para conseguir que seamos más humanos. La empatía con los otros seres vivos se incrementa, consigue que nos comportemos mejor con nuestros semejantes. Gómez (2013).

Es un sinónimo de salvavidas, para las personas de la tercera edad muchas cosas que solían hacer en su juventud ya no las podrán continuar y al cuidar a su mascota les dan una razón para vivir porque su vida depende de ellos y los hace sentirse necesitados, aislando los sentimientos de soledad y asilamiento lo que a su vez previene la depresión, ser dueño de un perro probablemente esté relacionado con un menor riesgo de enfermedades cardiovasculares. Además, los dueños de perros tienen una mayor probabilidad de sobrevivir un ataque cardíaco. Stepko (2019)

El estrés en perros es negativo ya que si se prolonga se transforma en algo crónico lo que ocasiona que se transforme en ansiedad, que es similar a la de los humanos, es un estado mental que genera inseguridad, que si no se trata a tiempo puede convertirse en algo crónico, la soledad conlleva al perro a comportamientos compulsivos para llamar la atención del dueño, al estar todo el día encerrado implica el no poder salir causando unas de las más grandes molestias como es la bacteriana, el perro necesita sociabilizar con los demás de su especie es muy importante en los primeros tres meses ya que si no logra realizarlo es probable que conlleve a la llamada ansiedad cada vez que deba salir de casa. Viorica (2022).

Según (Secretaría General del Consejo Metropolitano, 2021) , se establece que la tenencia de animales de las denomina en diferentes rangos entre ellos están las guarderías caninas.

1.4.1.12 Encargados Temporales.

Que, el artículo 3 de la Ordenanza Metropolitana No.019-2020 son encargados temporales los paseadores de animales, los adiestradores, los guías de animales, los responsables de los hogares temporales, veterinarias, peluquerías, guarderías y otros relacionados. El encargado temporal de animales, durante la tenencia de estos, asume las mismas obligaciones y deberes que el tenedor responsable permanente.

Que, el artículo 6 de la norma permite socializar a los animales, bajo condiciones que no ponga en peligro la integridad física de las personas, otros animales o el propio animal, haciéndoles interactuar con la comunidad a fin de adaptarlos a una convivencia sana.

2. Formulación de la idea del negocio

2.1 Necesidad insatisfecha detectada y oportunidad de negocio

En América Latina aproximadamente tres millones de perros son abandonados, en la ciudad de Quito por medio de un estudio realizado por el PAE informa que aproximadamente 10 perros son abandonados cada día en la ciudad dicha estimación se realizó entre enero a abril 2018 Berru (2019).

Según (Urbanimal, 2023), en Quito existen animales abandonados en las calles, el 80% de ellos alguna vez tuvieron familia es decir fueron abandonados este fenómeno se produce por varias razones como la mala conducta del can producido por la falta de atención brindada, además de la carencia de compromiso de los dueños con el animal que al darse cuenta de que no pueden ofrecerles los cuidados a sus mascotas la mayoría terminan en las calles.

El Municipio de Quito al tratar de resolver focalizando el problema en la falta de esterilización en los canes, la vicealcaldesa con el fin de solventar el problema realizo un llamado de conciencia a los quiteños con la colaboración en la adopción o al ofrecimiento de hogares temporales para los canes, por su parte el municipio emprendió una campaña de esterilización gratuita logrando llegar a 5573 mascotas. Además de campañas de concientización con la población sobre el abandono o la tenencia irresponsable de los caninos llegando a 8500 personas con dicha información.

Al no saber cómo cuidar a la mascota muchas personas optan por el abandono del animal en las calles, este mal aumento desde la pandemia de Covid-19. Hasta antes de la pandemia por COVID-19 (marzo 2020), en Quito había un promedio de 600.000 perros abandonados.

Actualmente, hay un promedio de 183 canes vagabundos por cada kilómetro cuadrado, es decir, 770.000. (Diario La Hora, 2022)

Los albergues están llenos por el aumento de perros en las calles y por falta de donaciones, se puede pensar que esto solo afecta a los animales, pero es muy influyente también en problemas de nuestra sociedad.

La falta de cuidado hacia los perros en Ecuador es inmensa y sucede por varios motivos como desconocimiento de las necesidades de la mascota como sacarlo a pasear todos los días, comer a las horas indicadas, jugar con el can, falta de tiempo para cuidar a la mascota por motivos de trabajo, lo que provoca en el perro malos comportamientos, agresividad, depresión en los caninos, desnutrición.

La preocupación de las autoridades sobre el cuidado de perros se enfoca en la prevención de sobrepoblación de canes abandonados por lo que sus medidas se centran en ellos dejando de lado el problema principal que es el cuidado de los animales por lo que nace la creación de lugares para fomentar el cuidado de los mismos generando facilidades al dueño con el fin de evitar el abandono y enfermedades mentales al perro.

En resumen, se puede evidenciar que dentro del distrito metropolitano de Quito, no hay suficiente oferta de este tipo de servicios que permita solventar las necesidades de las mascotas ya que también a raíz de la pandemia muchas de estas cerraron, Según Prado (2021), ministro de Producción y Comercio exterior dio un diagnóstico de que más de 22.000 empresas formales que han desaparecido en Ecuador durante la pandemia además se ha advertido de pérdidas de ventas por una cifra que supera los 14.500 millones de dólares, lo que supone una de las peores crisis para el sector productivo nacional.

Puppy care busca evitar todo este tipo de problemáticas sucedidas por la falta de cuidado que conlleva a una serie de males, al brindar atención a los perros garantizando el cuidado, adiestramiento y atención de la mascota con la creación de una guardería de perros que contara con

un amplio espacio para brindar el servicio, se realizara el transporte de los canes puerta a puerta es decir desde el domicilio hasta las instalaciones, se les recogerá en la mañana y en la tarde regresaran a sus casas después de haber tenido un día de adiestramiento, cuidado y entrenamiento

2.2 Modelo Canvas

2.2.1 Segmentos de mercado.

El proyecto de cuidado y custodia mediante una guardería canina está dirigida a dueños de canes que no cuentan con suficiente tiempo para cuidarlos, además de perros que sufren ansiedad por abandono y necesitan monitoreo constante.

2.2.2 Propuesta de Valor.

La guardería Puppy Care ofrecerá variedad de actividades destinada para que los canes se desenvuelvan de la mejor manera y pasen custodiados y cuidados todo el día bajo supervisión especializada que velara por su buen desarrollo.

La guardería Puppy Care prestará el servicio de transporte puerta a puerta de las mascotas en donde los encargados de su movilización proporcionaran el cuidado pertinente para que estos lleguen a su casa y a la guardería bajo estándares de seguridad que garanticen su cuidado.

Se realizarán terapias para tratar comportamientos no comunes entre caninos como el disociamiento por abandono para controlar la ansiedad causada.

2.2.3 Canales.

La guardería Puppy Care al contar con un espacio amplio de 1000 metros cuadrados para un adecuado cuidado y adiestramiento de los canes genera seguridad a sus clientes, los cuales podrán contactarnos por medio de redes sociales como Facebook, Instagram, tiktok en donde se distribuirá la información referente a los servicios, promociones y demás, así también se detalla la información para citas o cotizaciones de nuestros servicios.

2.2.4 Relaciones con los clientes.

Puppy Care contara con asistencia personalizada vía WhatsApp para solventar todas las dudas que tengan acerca del estado del canino, así como de promociones y los aliados estratégicos. El cliente

podrá elegir su forma de pago más conveniente. Por medio del sitio web se proporcionará información sobre la experiencia de los cuidadores para mayor seguridad.

2.2.5 Fuentes de ingresos.

La principal fuente de ingreso es el servicio de guardería de perros, además de nuestros aliados estratégicos como marcas de comida que brindarán apoyo al centro al igual marcas de juguetes y también productos de uso veterinario como desparasitante, vitaminas y antipulgas.

2.2.6 Recursos Clave.

Los recursos físicos será el área donde se desarrollará la guardería, además de las instalaciones como lugar para actividades deportivas, lugar específico de alimentación y baño. Se mantendrá un control de calidad con el equipo de limpieza, veterinarios y cuidadores especializados proporcionando un ambiente amigable para que el animal pueda disfrutar de la instancia.

El personal contara igualmente con instalaciones de alimentación, baño y canchales para que puedan guardar sus implementos.

2.2.7 Actividades Clave.

La guardería cuenta con sitios al aire libre para que el perro pueda correr libremente y socializar con los demás canes, cuenta con un área de alimentación y un área de despeje para tratar los problemas de cada uno como el aislamiento, se realizarán ejercicios con sus entrenadores.

Brindamos un área donde se encuentran nuestros veterinarios y para el control de salud de cada uno.

2.2.8 Asociaciones Clave.

Se realizan convenios con empresas de alimentación de perros para poder brindar el mejor producto a nuestros clientes, así como empresas juguetes que mejoraran su desarrollo un ejemplo es la empresa ALKU pets que brinda juguetes para todo tipo de actividades y es amigable con el ambiente ya que son realizadas con botellas recicladas.

2.2.9 Estructura de Costos.

El centro pagará servicios básicos, sueldos del personal especializado, programas de internet, seguridad y limpieza. Se costeará las redes sociales con especialistas en marketing para promocionar la guardería.

3. Análisis del entorno

El abandono de perros se ha convertido en un fenómeno mundial y sus riesgos están desde el desarrollo de enfermedades y Ecuador es uno de los países con más desarrollo del problema, por ello es importante la implementación de alternativas para prevenir este mal.

3.1 Factores políticos y legales

Los factores políticos que afectan a las empresas son los aspectos que se relacionan con la organización directa o indirectamente con los procesos del negocio, reconocer los factores políticos nos ayudan a identificar las barreras comerciales que se pueden presentar ocasionando dificultades llegar al mercado meta. (Ionos, 2020)

3.2 Factores Económicos

Los factores económicos de una empresa son todas las tendencias importantes en la economía que pueden ayudar u obstaculizar a la compañía en el logro de sus objetivos de negocio. Aspectos relacionados con el comportamiento del consumidor, las tasas de empleo, las tasas de interés son condiciones que deben ser consideradas. (EAE Business School, 2023)

3.2.1 Inflación

Es un indicador que determina el crecimiento económico de un país, mide el aumento de los precios tanto en bienes y servicios durante un tiempo determinado que puede ser mensual o anual, con este valor se establece la cantidad de dinero que se necesita para comprar productos.

También llamado IPC (Índice de Precios al Consumo) analiza la variación de costo de la canasta básica familiar, en conclusión, si los precios suben quiere decir que la inflación creció sin embargo no es algo malo, así como afecta al costo de las compras influye de manera positiva en el salario ya que es uno de los criterios a tomar en cuenta para establecer el Salario Básico Unificado. (Banco Pichincha, 2022).

Ecuador: IPC anual			
	2022		2021
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	7,6%		1,1%
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	5,8%		1,7%
Menaje [+]	5,0%		2,2%
Enseñanza [+]	5,0%		2,8%
Otros bienes y servicios [+]	4,4%		0,7%
IPC General [+]	3,7%		1,9%
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	3,7%		0,7%
Transporte [+]	2,9%		9,8%
Medicina [+]	2,0%		1,6%
Vivienda [+]	1,8%		0,6%
Comunicaciones [+]	1,3%		-3,4%
Ocio y Cultura [+]	-0,7%		-0,5%
Vestido y calzado [+]	-1,8%		-3,2%

Figura 2. IPC Ecuador
Fuente: (Expansion/Datosmacro, 2023)

La tasa de variación anual del IPC en Ecuador en marzo de 2023 ha sido del 2,9%. Hay que destacar la subida del 0,7% de los precios de Alimentos y bebidas no alcohólicas, hasta situarse su tasa interanual en el 5,9%, que contrasta con el descenso de los precios de Ocio y Cultura del -1,2%, y una variación interanual del -0,3% (Expansion/Datosmacro, 2023).

En la canasta del IPC existen doce divisiones de consumo. Las tres divisiones que más incidieron en la inflación mensual de enero de 2023 son las siguientes: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,0863%); Restaurantes y hoteles (0,0243%); y, Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,0125%) (INEC, 2023).

3.2.2 PIB (Producto Interno Bruto).

El PIB mide la riqueza creada en un periodo; y su tasa de variación es considerada como el principal indicador de la evolución de la economía de un país. Se expresa de dos formas constantes y corrientes, la primera toma como base los precios de un año y permite hacer una comparación de la producción de un determinado país en periodos de tiempo diferentes, al aislar los cambios ocasionados en los precios, reflejando el poder adquisitivo neto, sin importar los cambios de precios a lo largo del tiempo. El segundo refleja los incrementos o disminuciones de los precios de la producción de bienes y servicios finales, si hay inflación o deflación, en un tiempo determinado. Sánchez, Mayorga y Freire (2021).

El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador crezca 2,9% en 2023. Se trata de una leve reducción frente a la previsión anterior del organismo, que proyectaba que el PIB crecería 3% en 2023. La proyección fue presentada el 11 de abril de 2023 en el informe World Economic Outlook, durante las reuniones de primavera del FMI, que se realizan en Washington. Ecuador está en el tercer lugar con las proyecciones más altas para 2023, por debajo de Venezuela (5%) y Paraguay (4,5%). El informe del FMI, además, menciona que la tasa de desempleo de Ecuador se ubicará en 3,6% en 2023. Tapia (2023).

3.2.3 Riesgo País.

El Riesgo país determina si en el país hay un óptimo de inversión en el país o no, es decir si el riesgo es alto es más peligroso invertir, varias de las razones son políticas o económicas.

El riesgo país subió 94 puntos en una sola jornada y llegó a 1.859 puntos el 1 de marzo. Es el número más alto alcanzado desde el 13 de octubre de 2022. las finanzas del Estado están mejorando, les preocupa la inestabilidad política, desde las elecciones del 5 de febrero ha subido 700 puntos (Primicias, 2023)

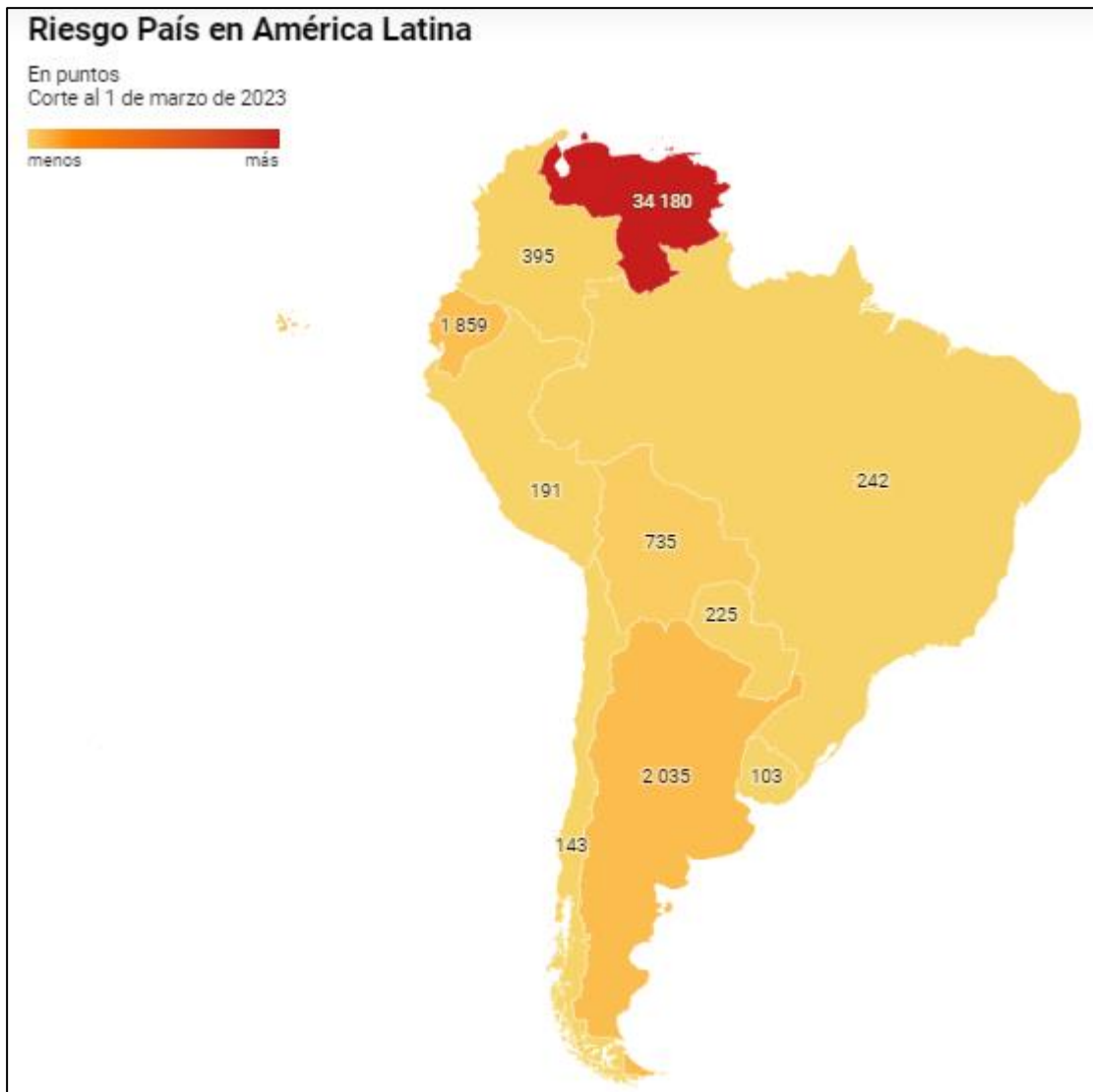


Figura 3. Riesgo país en Latinoamérica

Fuente: (Primicias, 2023)

3.3 Factores sociales

La crisis que se ocasiono por le Covid-19 fue una amenaza que afecto directamente al empleo, tanto en reducción plazas laborales como el deterioro de la calidad. Varias empresas redujeron su demanda de empleados por la disminución de su actividad económica, muchos trabajadores pudieron desarrollar sus labores a ya que no se podía realizar mediante la nueva modalidad de teletrabajo.

Ecuador tiene una estructura económica, el trabajo informal es el que prevalece más con un 46.7% estos se relacionan con inestabilidad, ingresos bajos, la siguiente categoría son los de subempleo son el 67.5%. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020).

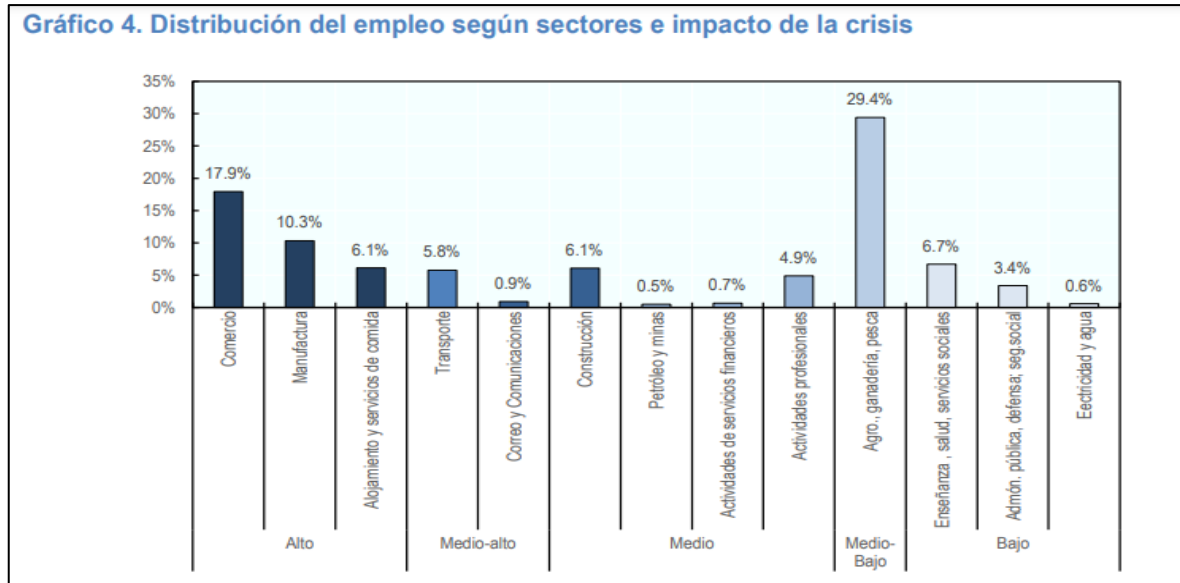


Figura 4. Distribución del empleo con impacto en la crisis

Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020)

El impacto debido al virus se distribuyó por sectores, el 35% de empleos están en los sectores que sufrieron más el impacto. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020)

3.4 Factores tecnológicos

El uso de la tecnología es una herramienta base para todas las empresas, que tomo su auge a raíz de la pandemia, varios negocios que no se acoplaron a este cambio lamentablemente tuvieron que cerrar sus negocios, el mundo cambia por lo que los negocios deben acoplarse a ello, tiene consecuencias negativas como la que se nombró y las positivas como el mejoramiento de procesos y optimización del tiempo para que el desarrollo de cada empresa tenga efectividad.

El desarrollo tecnológico atrae varias oportunidades, la implementación de herramientas tecnológicas se ha convertido en una necesidad estratégica, su impacto en la actualidad es importante ya que las empresas deben adaptarse rápidamente o podrían fracasar. (UTEM, 2019).

4. Análisis de mercado

4.1 Perfil de clientes

Nuestros clientes serán las personas que tengan perros en el sector de Conocoto, que por motivos de trabajo u otros no puedan mantenerse con sus animales en el día, además de perros que necesiten entrenamiento y cuidados especiales, donde podrán disfrutar de atención personalizada de nuestro personal capacitado.

4.1.2 Encuesta Focus Group.

La moderadora del proyecto será la Srta. Melissa Huilcapi

El número de participantes que se seleccionaron es de 15 personas

4.1.2.1 Objetivo general del Focus Group.

Determinar la preocupación de las personas con el cuidado de los animales y los beneficios que tiene la implementación de una guardería de perros.

4.1.2.2 Objetivos específicos.

- Conocer las preocupaciones de las personas respecto al cuidado que se brindará en Puppy Care
- Determinar las herramientas que necesitamos para brindar seguridad a los clientes
- Mantener informadas a las personas sobre las actividades que realizaremos en Pupy Care

4.1.2.3 Requisitos.

- Se debe encuestar personas que posean perros
- Se debe encuestar a personas del sector de Conocoto

4.1.2.4 Reglas.

- La encuesta se realizará con respeto y con preguntas relacionadas al cuidado de perros.
- Se realizarán 10 preguntas de Sí o No.
- Se pretende con la encuesta conocer las necesidades de las personas.
- Con el fin de entender los resultados de la encuesta se realizarán conclusiones con el previo análisis de cada una

4.1.2.5 Aplicación de la encuesta.

1. ¿Cree usted que un perro es importante en la familia?

Tabla 2. Importancia del perro

Pregunta 1	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	14	93%
No	1	7%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

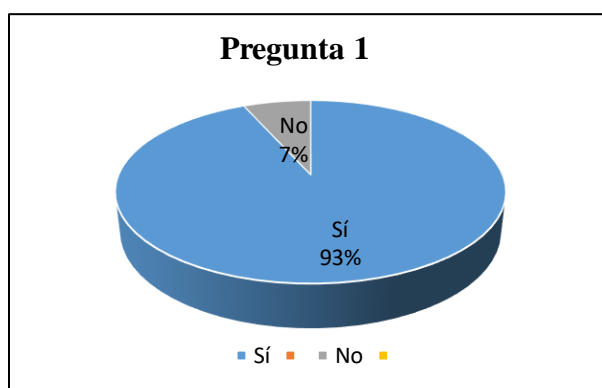


Figura 5. Importancia del perro
Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

En total con las 15 personas que se realizó la encuesta que viven en el sector de Conocoto y poseen un can manifiestan que el 93% considera que un perro si es importante en la familia, mientras que el 7% de las personas opinan que no.

2. ¿Considera usted que un perro necesita de atención y cuidados especiales?

Tabla 3. Atención del perro

Pregunta 2	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

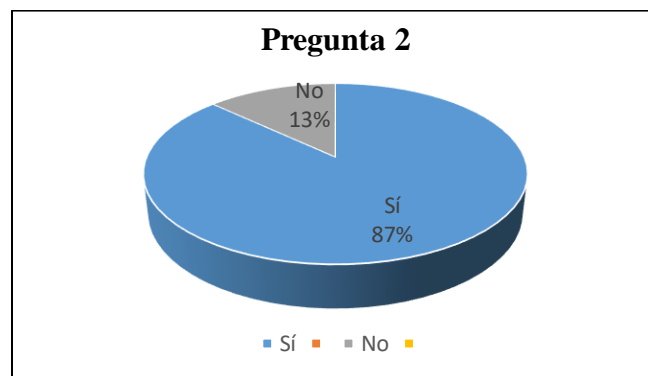


Figura 6. Atención del perro
Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e Interpretación

En la pregunta N° 2 se observa que el 86% de las personas del sector de Conocoto cree que un perro necesita atención y cuidados especiales, el 13% no consideran los mismo manifestándonos que no creen que los perros deben tener una atención especial.

3. ¿Cree usted que una mascota sola cuándo no puede cuidar a su mascota la deja sola en casa?

Tabla 4. Mascota sola

Pregunta 3	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	14	93%
No	1	7%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

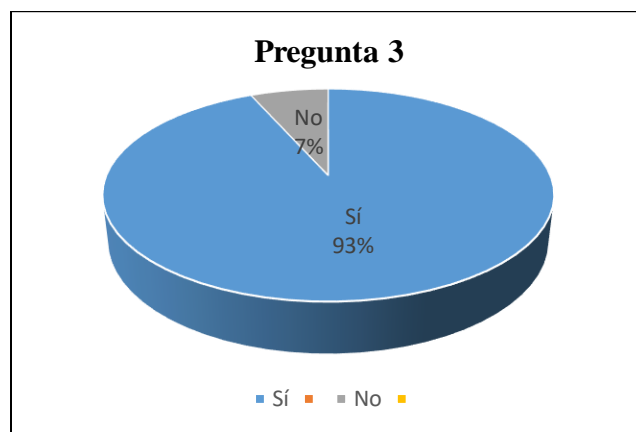


Figura 7. Mascota sola

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas entrevistadas en el sector de Conocoto dueños de canes, el 93% manifiesta que sí deja sola a su mascota sin supervisión de nadie, mientras que el 7% no dejan a su mascota.

4. Frecuentemente, ¿su macota durante los horarios de trabajo se queda sin supervisión?

Tabla 5. Supervisión del perro

Pregunta 4	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

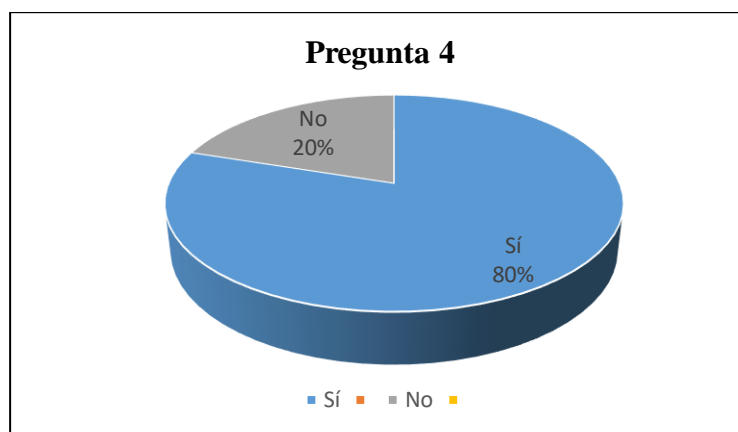


Figura 8. Supervisión del perro

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Un 80% de las personas encuestadas del sector de Conocoto que son dueños de perros dejan a su perro en horarios laborales sin supervisión y solos, por otro lado, el 20% manifiestan que no dejan a su perro sin vigilancia.

5. ¿Conocía usted que dejar solo a un perro por mucho tiempo puede significar para ellos abandono?

Tabla 6. Abandono

Pregunta 5	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

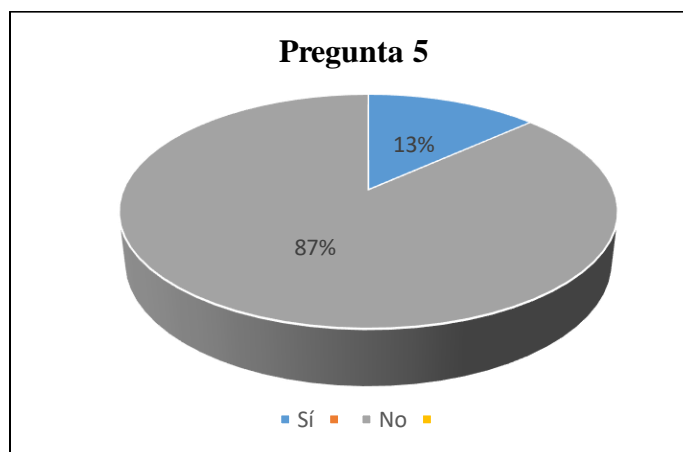


Figura 9. Abandono

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Con respecto a la pregunta 5, del 100% de las personas encuestadas en el sector de Conocoto dueños de perros un 87% desconocía que dejar sola a su mascota para ellos significa abandono, mientras que el 27% sí conoce de este mal.

6. ¿Cree usted que un perro a causa de atención pueda sufrir algún daño?

Tabla 7. Daño de los perros

Pregunta 6	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	9	60%
No	6	40%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

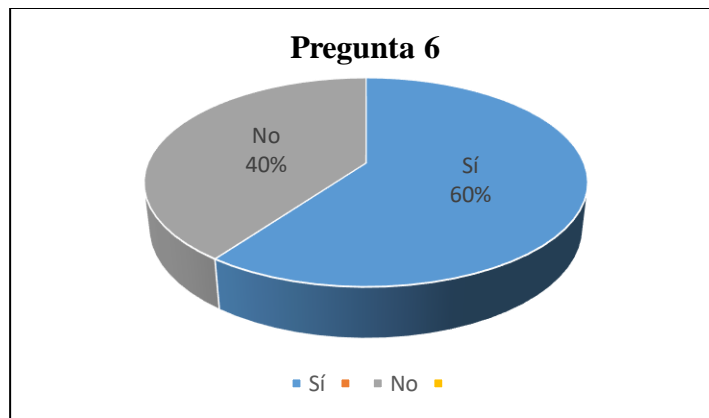


Figura 10. Daño de los perros

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Los análisis del resultado se dan por un 60% de los encuestados ignoraban que un perro puede hacerse daño por falta de atención, en cambio el 40% señalan que sí conocen que los perros pueden perjudicarse.

7. ¿Conocía que los perros pueden sufrir de ansiedad por estar solos mucho tiempo en casa?

Tabla 8. Ansiedad en perros

Pregunta 7	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

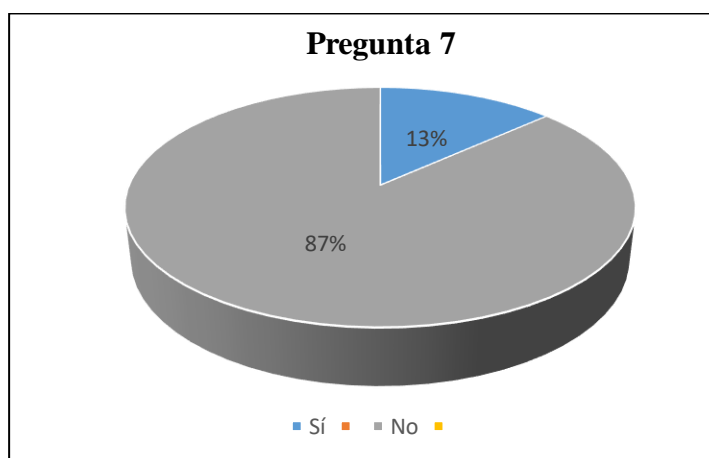


Figura 11. Ansiedad en perros

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Con respecto a los resultados de la pregunta 7 se evidencia que del 100% de los encuestados en el sector de Conocoto dueños de perros, el 87% no tenían conocimiento que los perros pueden sufrir ansiedad por estar a solas, por otro lado, el 13% indican que sí están enterados del tema.

8. ¿Conocía usted que existen técnicas con especialistas para tratar la ansiedad por abandono en perros?

Tabla 9. Tratamiento

Pregunta 8	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	1	7%
No	14	93%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

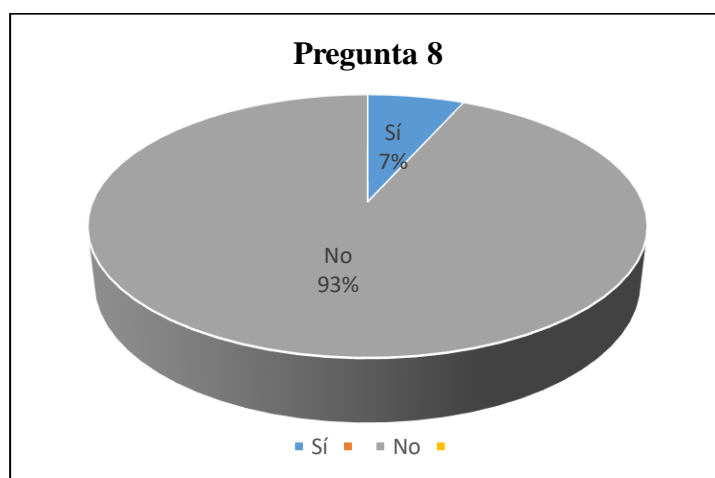


Figura 12. Tratamiento

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Los resultados arrojados por las personas encuestadas demuestran que: el 93% no tienen conocimiento que existen tratamientos que pueden ayudar a los perros a superar esta enfermedad, mientras que el 7% conocen de alguna terapia.

9. ¿Considera usted que su perro sufre de apego emocional o hiperapego?

Tabla 10. Apego emocional o hiperapego

Pregunta 9	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	11	73%
No	4	27%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

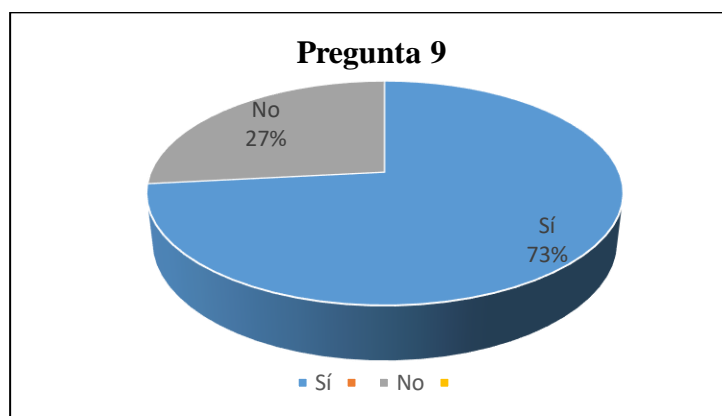


Figura 13. Apego emocional o hiperapego

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas señalan un 73% que sí considera que su perro tiene apego emocional hacia ellos por sus comportamientos, por otro lado, el 27% no consideran que su perro tenga esta condición.

10. ¿Contrataría usted una empresa que cuide de su mascota?

Tabla 11. Cuidado de mascota

Pregunta 10	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

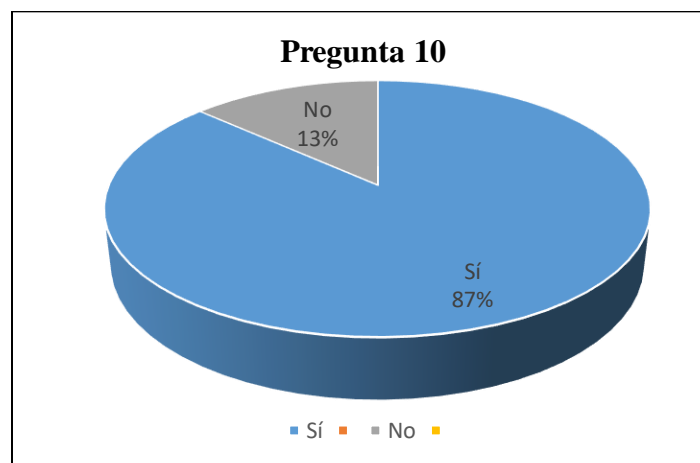


Figura 14. Cuidado de mascota

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Análisis e interpretación

Los resultados de la pregunta 10 se evidencia que el 87% de los entrevistados en el sector de Conocoto dueños de perros sí contratarían una empresa para que su macota este custodiada y cuidada, mientras que el 13% no tiene la necesidad.

4.1.2.6 Banco de preguntas.

Para la elaboración de la encuesta se realizó 10 preguntas de tipo dicotómico, en otras palabras, son posible respuestas de sí o no que se cuantifican con el 1 y 0 correspondientemente.

La encuesta fue realizada a 15 personas del sector de Conocoto puente 2 dueños de perros.

4.1.2.7 Resultados de la encuesta.

Después de la aplicación de la encuesta con preguntas dicotómicas, se realizó la recolección de datos y su respectivo análisis, se parecían los datos con respuesta positiva “Sí” que corresponde al valor de 1 y la respuesta negativa “No” corresponde al valor 0.

En conclusión, con los resultados analizados de la encuesta realizada a las personas dueños de perros del sector de Conocoto puente 2, se evidencia que el perro es importante en la vida cotidiana de las personas, brindándoles las herramientas necesarias para su mejor crecimiento. Se evidencia que las personas quieren mejorar la calidad de vida de sus canes por lo caula si es rentable poner una guardería de perros en dicho sector.

4.2 Competidores

Amigos educando en su página web señala que es un centro de guardería canina en la ciudad de Quito centro-norte ofrece el servicio de hospedaje guardería, actividades dirigidas y adiestramiento, ubicados en Hugo Ortiz y José Canelos Oe510. (amigoseducando, 2023)

La Doggueriaec ofrece servicio de guardería canina con atención 24 horas, servicios de baños, estética y spa además de servicios veterinarios, ubicada en el perímetro urbano de la ciudad Quito, La Armenia. (Ladoggueria, 2023)

Conocoto cuenta en la actualidad con las siguientes guarderías de mascotas:

Tabla 12. Guarderías Caninas

Guarderías Caninas Sector de Conocoto		
Empresas	Tipo de Servicio	Ubicación
Hotel para mascotas Amigos Educando	Estancia Alimentación Cuidados	Valle de los Chillos Alangasí La Pinta - Hotel para mascotas Amigos Educando Amigos
La Doggueriaec	Juegos Paseos Guardería Adiestramiento	La Armenia, Quito

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Dentro del sector de Conocoto una vez efectuado las indagaciones pertinentes se ha podido constatar que este no cuenta con una oferta que permita cubrir las necesidades de los dueños de mascotas que buscan el servicio de cuidado y custodia de estos.

Conclusión una vez medida la oferta del sector se evidencia que no hay las suficientes que abastezcan en el servicio

En virtud que el emprendimiento se desarrollará en el puente dos de Conocoto.

4.3 Proveedores

Los principales proveedores que tendrá nuestra guardería serán parte de nuestros aliados estratégicos como empresas de juguetes de perros, alimentos, elementos de aseo y medicinas para mantener a los perros en un lugar sano y seguro que fomente su sano desarrollo.

Análisis de la industria

Este análisis implica el estudio de las fuerzas que atacan directamente a nuestra empresa que son las de Porter

Son un marco de análisis de competencia dentro de las empresas, al tener conocimiento de la competencia es fundamental para tener una estrategia empresarial, se obtiene la imagen de los factores que afectan a la industria, con la creación de las estrategias se tiene una visión para adaptarse a las tendencias de manera rápida Vesga (s.f.).

5.1 Los competidores actuales

En la entrada de nuevos competidores se valora como amenaza, debido a que cada vez hay empresas o personas naturales que se introducen en el mercado guarderías de mascotas, por lo tanto, se propone plantear estrategias de barreras de entrada. Estrategias como, invertir en aumentar los servicios para que los dueños de sus mascotas se sientan seguros por optar por nuestros productos.

5.1.1 Curva de experiencia.

En esta perspectiva la empresa Puppy Care es un emprendimiento que se dedicará a la custodia y cuidado de las mascotas la cual cuenta con las herramientas necesarias para incursionar y posicionarse en el mercado.

5.1.2 Requisitos de capital.

Para que la empresa Puppy Care incursione en este mercado es necesario contar con el capital adecuado para invertir en este negocio, contará con médicos veterinarios y especialistas en adiestramientos a fin de contrarrestar el efecto de nuevos competidores en el sector.

5.1.3 Costo al cambiar de proveedor.

La empresa Puppy Care dentro de negocio contara con proveedores de medicamentos para el cuidado de mascotas, juguetes especiales para el adiestramiento de los perros, de ahí la importancia de tener un buen proveedor en donde prevalezca la marca y que garantice la distribución de los productos.

5.1.4 Acceso a canales de distribución.

Puppy Care contará con varios canales de distribución por medio de redes sociales, por difusión de radio y por medio de una página web no obstante es necesario establecer procesos adecuados para que la distribución sea efectiva y para minimizar el riesgo de la presencia de nuevos competidores.

5.1.5 Identificación de marca.

Puppy Care pretende posicionarse en el mercado para esto se efectuará un trabajo minucioso de la mano de profesionales en el cuidado y custodia de mascotas, para lo cual implementará estrategias necesarias para fortalecer la imagen de la empresa con el propósito de atraer nuevos clientes.

5.2 Competidores potenciales

La rivalidad entre competidores existentes sin lugar a duda en las guarderías para mascotas es alta, ya que hay muchos competidores que ofrecen servicios similares. La competencia se basa en la calidad de los servicios, la ubicación, el precio y la reputación. Además, los competidores pueden diferenciarse ofreciendo servicios adicionales como entrenamiento, transporte puerta a puerta de las mascotas, peluquería y servicios veterinarios.

5.2.1 Diversidad de los competidores.

El sector de la industria canina cuenta con varios servicios a beneficio de las mascotas existir varias líneas de servicios similares la competencia se diversifica en grandes grupos de competidores para lo cual Puppy Care aplicará estrategias para que esta cuenta con una amplia gama de servicios que a su permita satisfacer al mercado.

5.2.2 Diferenciación entre productos.

Con el fin de mantener una imagen de prestigio y una ventaja competitiva en el mercado Puppy Care contará dentro los productos para mascotas con marcas reconocidas en el mercado que a su vez satisfagan a los clientes y garantizar productos de calidad.

5.2.3 Crecimiento de la demanda.

La demanda de los servicios de guardería ha ido incrementando a medida que la población de mascotas siga creciendo y las personas sigan necesitando servicios de alta calidad para el cuidado de sus mascotas, por lo tanto, es una oportunidad que debe aprovechar la empresa Puppy Care por lo tanto se trabajará para prestar un servicio que satisfaga dichas necesidades.

5.2.4 Efecto de demostración.

El innovador servicio de guardería de mascotas se debe aprovechar debido a que se puede apreciar que en el Ecuador el tema de tenencia de una mascota en las familias ha ido tomando fuerza lo cual produce este efecto positivo lo cual produce alto consumo de estos servicios.

5.3 Los productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos o servicios sustitutos en la industria de guardería para mascotas es baja, ya que los servicios de guardería para mascotas son únicos y no pueden ser fácilmente sustituidos por otros servicios. Sin embargo, los dueños de mascotas pueden optar por cuidar a sus mascotas en casa o contratar a un cuidador personal de mascotas en lugar de llevarlos a una guardería.

5.3.1 Disponibilidad de productos sustitutos.

En la industria de guardería de mascotas no existe una gran demanda de servicios sustitutos entre estos están, cuidadores de mascotas a domicilio, paseadores de perros, cuidado de las mascotas por familiares, sin embargo, estos productos sustitutos no son necesariamente competidores directos de las guarderías de perros, ya que cada uno de ellos ofrece un tipo diferente de servicio.

5.3.2 Precio entre ofrecido por el sustituto.

El precio cumple un papel importante para la decisión de optar del servicio de guardería de perros sin embargo en la actualidad ya no es un factor tan relevante en virtud que cliente busca satisfacer las necesidades de sus mascotas siempre que exista garantía para la salud de los perros.

5.3.3 Rendimiento y calidad comparada.

La empresa Puppy Care procurará prestar servicios de calidad con el propósito de adquirir en el futuro el prestigio y una imagen la cual sea reconocida por medio de la confianza que sea adquirida por los clientes fieles.

5.4 Poder de negociación con los clientes

El poder de negociación de los clientes en la industria de guardería para mascotas es alto, ya que hay muchos competidores que ofrecen servicios similares. Los clientes pueden comparar precios, servicios y ubicaciones para elegir la guardería de mascotas que mejor se adapte a sus necesidades. Además, los clientes pueden ser muy exigentes con respecto al cuidado y la atención que se brinda a sus mascotas.

5.4.1 Concentración de clientes.

En la industria de las guarderías de perros no existe una concentración de clientes más bien se la puede calificar como competencia perfecta al ver una gran cantidad de demandantes y oferentes, por lo tanto, se tiene la libertad de escoger tanto a clientes como proveedores.

5.4.2 Volumen de compra.

El volumen de compra en una guardería de perros puede ser variable y dependerá de varios factores que influyen en la demanda de servicios por parte de los dueños de mascotas. Es importante que las guarderías de perros estén al tanto de estos factores y adapten su oferta de servicios para satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes potenciales.

5.4.3 Información acerca del proveedor.

Cada vez el cliente se encuentra informado acerca de los productos, debido a que toda la información se la puede encontrar en internet, por lo tanto, se debe hablar con toda la honestidad y claridad sobre todos los aspectos de los servicios para sus mascotas.

5.4.4 Identificación de la marca.

Puppy Care pretende lograr que sus clientes identifiquen su marca, para lo cual es necesario trabajar con marcas reconocidas y proveedores que garanticen los productos, y como estrategia es recomendable que dichos proveedores no sean cambiados de manera drástica.

5.5 Negociación con los proveedores

Los proveedores de la industria de guardería para mascotas incluyen proveedores de alimentos para mascotas, proveedores de suministros de limpieza y mantenimiento, y proveedores de equipos y suministros para mascotas. El poder de negociación de los proveedores es moderado, ya que la industria de guardería para mascotas es un comprador importante de estos productos y servicios, pero hay muchos proveedores potenciales.

5.5.1 Concentración de los proveedores.

En la industria de guardería para mascotas existe una concentración alta de proveedores en el mercado, lo que se recomienda es mantener la calidad de productos a ofertar y que estos beneficien la salud de las mascotas.

5.5.2 Importancia de volumen para los proveedores.

Los proveedores siempre van a imponer sus condiciones para la adquisición de los productos para las mascotas sin embargo la empresa Puppy Care procura efectuar volúmenes de compra alimentos para perros, medicinas, juguetes para mascotas y productos de limpieza bastante altos con el fin de poder negociar precios y formas de entrega de la mercadería.

5.5.3 Costo al cambiar de proveedor.

Al cambiar de proveedor se debe tomar en cuenta varios aspectos como el precio, calidad, disponibilidad del producto con el fin de no perder la credibilidad de los clientes solo por el hecho de cambiar de proveedor por lo cual debe considerarse cuidadosamente antes de tomar una decisión.

5.6 Matriz de las 5 fuerza de Porter

En este análisis se realiza una evaluación en donde 1 es una oportunidad alta, 2 una oportunidad baja, 3 indiferente, 4 amenaza baja y 5 amenaza importante. Por lo tanto, se obtiene la siguiente tabla:

Tabla 13. Matriz de las 5 fuerzas de Porter

ITEM	FACTOR DETERMINANTE	ESCALA DE FUERZA				
		1	2	3	4	5
ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES						
1	Curva de experiencia.		2			
2	Requisitos de capital.		2			
3	Costo al cambiar de proveedor.				4	
4	Acceso a canales de distribución.		2			
5	Identificación de marca.		2			
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES						
1	Diversidad de los competidores.					5
2	Diferenciación entre productos.				4	
3	Crecimiento de la demanda.	1				
4	Efectos de demostración.		2			
PRODUCTOS SUSTITUTOS						
1	Disponibilidad de sustitutos.			3		
2	Precio entre el ofrecido del sustituto.				4	
3	Rendimiento y calidad comparada.			3		
PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES						
1	Concentración de clientes.		2			
2	Volumen de compra.		2			
3	Información acerca del proveedor.				4	
4	Identificación de la marca.		2			
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES						
1	Concentración de los proveedores.		2			
2	Importancia del volumen para los proveedores.		2			
3	Costos de cambiar de proveedor.				4	

Evaluación Fuerzas de Porter	Entrada de nuevos competidores	Rivalidad entre competidores existentes	Productos sustitutos	Poder de negociacion de los clientes	Poder de negociación de los proveedores
	2,40	3,00	3,33	2,50	2,67

Elaborado por: Melissa Huilcapi

De acuerdo con los resultados obtenidos del análisis de las 5 fuerzas de Porter podemos determinar que existen varios factores favorables en los que se puede trabajar para el mejoramiento en el desempeño de la empresa Puppy Care. Los resultados como la entrada de nuevos competidores que es 2.4, la rivalidad entre competidores que es 3 productos sustitutos 3.33, poder negociación con clientes 250 y el poder de negociación con proveedores que se tiene un puntaje de 2.67, resultados que muestra un escenario en el que se puede trabajar para direccionar de mejor manera el funcionamiento de la empresa.

6. Plan estratégico de la empresa

6.1 Análisis FODA

El análisis FODA son herramientas internas y externas que corresponde a Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del servicio o producto, realiza un resumen del análisis que se realizó con el fin de establecer estrategias para tomar acción frente a los indicadores de mejora que se analizarán. (Fuente, 2022).

Tabla 14. Matriz FODA

MATRIZ FODA
Fortalezas
F1. Amplio espacio para el desarrollo de actividades de los canes
F2. Transporte puerta a puerta de los perros
F3. Personal capacitado
F4. Diversidad de actividades para los caninos
Oportunidades
O1. Ser el único centro de guardería en el sector
O2. Incremento en la demanda debido al aumento de tenencia de canes
O3. Negocio en auge
O4. Alianzas estratégicas
Debilidades
D1. Falta de confianza por ser nuevo negocio en el sector
D2. Gastos de mantenimiento constante
D3. Falta de suficiente personal
D4. Falta de publicidad
Amenazas
A1. Posible aumento de centros como competencia directa
A2. Mala publicidad debido a situaciones sucedidas en centros con relación a canes como peluquerías
A3. Crisis económica del país
A4. Inseguridad como delincuencia por inestabilidad del país

Elaborado por: Melissa Huilcapi

6.1.1 Conclusión

Al utilizar esta herramienta que identifica los problemas y beneficios internos y externos nos hemos percatado que existen varias debilidades dentro de la empresa que podrían tener mejorías a futuro, en las extremas se encontraron amenazas que están fuera de nuestro control que afectan indirectamente a nuestra empresa, gracias al análisis se puede crear estrategias para prevenir algún impacto. En las oportunidades tenemos varios factores que beneficia a la empresa siendo externas,

en las fortalezas se destacan puntos a favor de la guardería Puppy Care que demuestran el potencial de esta.

6.2 Análisis FODA Estratégico

Después de analizar los factores internos y externos se crea la necesidad de realizar un FODA estratégico, mismo que se presenta a continuación

Tabla 15. FODA Estratégico

FODA ESTRATÉGICO	Oportunidades	Amenazas
	O1. Ser el unico centro de guardería en el sector	A1. Posible aumento de centros como competencia
	O2. Incremento en la demanda debido al aumento de tenencia de canes	A2. Mala publicidad debido a situaciones sucedidas en centros con relacion a canes como peluqueras
	O3. Negocio en auge	A3. Crisis economica del país
	O4. Alianzas estrategicas	A4. Inseguridad como delincuencia por inestabilidad del país
Fortalezas	Estrategias Ofensivas	Estrategias Defensivas
F1. Amplio espacio para el desarrollo de actividades de los canes	F1-O1 Al ser el unico centro de guardería en el sector del puente 2 nos enfocaremos en el amplio espacio para el desarrollo de las actividades caninas.	F1-A1 Realizaremos constantes mejoramientos en actividades y areas para crear mayor atractivo a los clientes hacia nuestro centro
F2. Transporte puerta a puerta de los perros	F2-O2 El incremento de la tenencia de canes aportará para la tranquilidad del dueño con transporte de puerta a puerta para su seguridad.	
F3. Personal capacitado	F3-O3 Debido al gran auge del negocio contaremos con el personal adecuado para brindar un servicio de calidad.	F3-A2 Propagaremos a nuestros clientes el buen cuidado que se ofrece en Puppy Care gracias al personal capacitado que se encargaran de instruir sobre la tenencia de animales
F4. Diversidad de actividades para los caninos	F4-O4 Con alianzas estrategicas como marcas de comida y juguetes para perros utilizaremos como beneficios para generar diversidad de actividades para el can.	
Debilidades	Estrategias Reorientación	Estrategias Supervivencia
D1. Falta de confianza por ser nuevo negocio en el sector	D1-O1 Generar confianza en los dueños de los perros con monitoreos constantes por medio de cámaras de vigilancia	D1-A2 Enviaremos reportes diarios como videos a los dueños para generars confianza
D2. Gastos de mantenimiento constante	D2-O4 Con el apoyo de nuestros aliados en las actividades y alimentacion de los animales nos enfocaremos en los	
D3. Falta de suficiente personal	D4-O3 En nuestras redes sociales compartiremos informacion necesaria para dar a conocer nuestro servicios y el beneficio que estos aportan en la mascota	D3-A1 Capacitar al personal y al dueño a fin de fomentar el buen cuidado del animal, asi como a nuevas personas que ingresen a Puppy Care.
D4. Falta de publicidad		

Elaborado por: Melissa Huilcapi

6.2.1 Conclusión.

En conclusión, podemos observar que tenemos grandes ventajas tanto internas como externas que nos ayudarán a posicionarnos como la mejor guardería en la ciudad y ser excelente en nuestro sector de trabajo, respecto a las dificultades como amenazas y debilidades se presentan situaciones que afectan directamente a la empresa, con las estrategias señaladas se realizan soluciones para poder combatirlas.

6.3 Visión

La visión como se explicó anteriormente es lo que una empresa quiere ser a futuro Puppy Care es una empresa que se localizará en el sector de Conocoto por el puente 2, por lo cual la visión será:

Ser una guardería de alto nivel especializada en el cuidado y custodia de perros en el sector de Conocoto generando bienestar en nuestros usuarios como en sus dueños

6.4 Misión

Somos una empresa consciente y apasionada por el cuidado y custodia de canes orientada a brindar la mejor atención para el desarrollo del buen cuidado de los animales generando beneficios en nuestros usuarios.

6.5 Objetivos Estratégicos

- Implementar una estrategia de publicidad dirigida a potenciales clientes en el sector de Conocoto, promocionando los amplios espacios físicos de nuestra guardería canina.
- Establecer una sólida reputación en la ciudad de Quito como una guardería de perros reconocida por brindar un prestigioso y excelente cuidado.
- Desarrollar programas de atención personalizada para los perros, atendiendo a sus necesidades individuales de manera efectiva.
- Mantener una comunicación constante y efectiva con los dueños de nuestros clientes, proporcionando información y consejos sobre el cuidado óptimo de sus mascotas.
- Implementar un sistema de seguimiento y evaluación del desempeño de los perros, con el fin de medir su progreso y desarrollo durante su estancia en nuestra guardería.

- Identificar las necesidades de los perros y sus dueños, y organizar actividades que promuevan la participación y el vínculo entre ellos.
- Fomentar un entorno amigable y seguro para los perros, mediante actividades y programas que favorezcan su interacción positiva con otros perros y contribuyan a su crecimiento saludable.

6.6 Fuentes generadoras de ventaja competitiva

6.6.1 Ubicación estratégica.

Puppy Care contará con una ubicación privilegiada en el sector del puente 2 de Conocoto este es un sitio estratégico su atención puede cubrir todo el valle de los chillos, así como los sectores de sur, centro y norte de Quito. Otra ventaja estratégica de sus localizaciones que cuenta con varias vías alternas que facilitan el ingreso a la guardería.

Al ser un predio de 1000 metros de longitud favorece el adecuamiento de las instalaciones y que sus áreas sean distribuidas y adaptas para el confort de los canes y del personal que valorarán en este.

6.6.2 Calidad del servicio.

En la guardería nos enfocaremos en realizar actividades que favorezcan y ayuden a los animales a desenvolverse de mejor manera con sus dueños y con seres de su misma especie, ciertos animales han sufrido algunas condiciones que afectaron en ellos y el objetivo de la guardería es ayudar a solucionarlos, un ejemplo muy común es el hiperapego, esta condición se desarrolla en ciertos perros que no pueden estar solos y por motivos de fuerza mayor sus dueños no pueden estar al cien por ciento con ellos, al estar en la guardería se realizará una especie de terapia para que los animales deslinden este trauma.

El hiperapego en canes es la dependencia obsesiva que padece el animal. Según expertos esta conducta genera una relación tóxica con el dueño que impide que el animal se sienta seguro incluso cuando el dueño ya está con él. (Blog Kiwoko, 2023)

El hiperapego es una dolencia menor ya que los perritos la pasan muy mal llegando a realizarse daño en ellos mismos, este mal debe tratarse rápidamente por lo que es necesario que se lo trate con un especialista. (Estivet, 2022)

En la guardería realizaremos actividades para que se relacionen con los demás animales, además de una asesoría a los dueños para que tomen acción y sepan cómo tratar con su animal.

6.6.3 Personal altamente capacitado.

En la guardería contaremos con personal especializado en diferentes áreas como entrenadores para que realicen todas las actividades físicas con los canes, además de enseñarle técnicas adiestramiento. Veterinarios para realizar controles constantemente sobre el estado de salud del perro y vacunas frecuentes a su vez de realización de peluquería y administradores para tener un control y buen manejo de la guardería.

6.6.4 Aliados estratégicos.

Contaremos con aliados estratégicos para varios implementos como la empresa Alku pets que realiza juguetes para perros realizados de materiales reciclados que nos brindara sus productos además de compartir información sobre nuestra guardería y los cuidados que ofrecemos, contaremos con aliados en comida como Purina dog chow, Avant buscando tener la mejor calidad que favorezca al desarrollo del canino, en cuanto a los distribuidores de vacunas para el control de salud se contará con el apoyo de DISPROVEF ECUADOR S.A. que además de medicamentos proporcionará implementos de limpieza como shampoo, vitamina a, d y c.

6.6.5 Diseño y ambiente de la guardería.

La guardería contará con un espacio físico de 1000 metros cuadrados de áreas verdes los cuales van a ser distribuidos en varios sectores como lugares específicos para cada actividad para realizar actividades físicas o juegos como caminatas, ejercicios en grupo con los demás perros, limpieza, regulación de condiciones de las animales, estancia y descanso.

Área específica de alimentación para perros y limpieza además de contar con un área de salud donde se encontrará el veterinario para los controles respectivos, además de un espacio adecuado para el aseo y baño de los perros.

Contaremos con área de almuerzo para los colaboradores de la guardería, así como un área donde podrán dejar sus pertenencias, pensando en el bienestar de todos en el centro.

7. Plan de Marketing

7.1 Objetivos de marketing

Los objetivos de marketing se convierten en las metas o resultados ya que una vez planteados las empresas enfocan sus recursos de manera adecuada para lograr los resultados esperados, por lo tanto, la empresa Puppy Care se plantea los siguientes:

- Aumentar el conocimiento de la marca de la empresa Puppy Care por medio de publicidad efectiva esta puede ser online, así como por medio de ferias caninas, eventos de adopción y esterilización entre otras con el fin de que su marca sea reconocida en el mercado.
- Genera cliente potencial por medio de la implementación de estrategias para promocionar los servicios estos pueden a través de las redes sociales con la creación de contenido baso en la concientización del cuidado y salud de las mascotas y de esta manera captar la atención de posibles clientes.
- Fomentar la fidelidad con los clientes para lo cual Puppy Care una vez que se haya enganchado al cliente se propone fomentar la lealtad por medio de la seguridad del servicio que se presta y el trato personalizado.
- Interactuar por medio de las redes sociales con el público con el propósito de satisfacer sus inquietudes y publicitar por medio de anuncios los servicios, promociones y planes que se ofrece para el cuidado de las sus mascotas.
- Diferenciarse de la competencia por medio de servicios especializados y personalizados en donde cada mascota tenga un trato diferenciado con el acompañamiento del personal calificado con instalaciones adecuadas con espacios innovadores y de calidad para la seguridad de los dueños de las mascotas.

7.2 Mezcla de marketing

Según (Da Silva, Estrategia de marketing mix: qué son las 4 P's y cuáles son sus objetivos, 2020) la mezcla de marketing tiene como objetivo analizar el comportamiento de los consumidores para generar acciones que satisfagan sus necesidades basándose en cuatro

componentes principales, también conocidos como las 4 Ps precio, plaza, producto, promoción. A continuación, se define para Puppy Care lo siguiente:

- **Precio:** este hace referencia al valor que es determinado para un bien o servicio el cual será ofertado al público en general.
- **Plaza:** se refiere a distribución y logística que el servicio recorre hasta llegar al cliente final.
- **Producto:** este es cualquier bien o servicio que cualquiera puede ofrecer a un mercado para su consumo.
- **Promoción:** este corresponde a la promoción de la marca por medio de estrategias de publicidad con el propósito de llegar a más clientes.

Tabla 16. Mezcla de marketing

	<p>PRECIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios variados por producto • Descuentos • Formas de pago
	<p>PLAZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logística • Localización • Canales
	<p>PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Marca • Servicios
	<p>PROMOCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Promociones • Ventas

Elaborado por: Melissa Huilcapi

7.3 Descripción del Servicio

Puppy Care pretende ser una empresa innovadora en el mercado enfocada al servicio de guardería para mascotas, brindando el cuidado y custodia bajo estándares de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes, en tal sentido nuestro producto contara:

Tabla 17. Descripción del servicio

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	
Servicios	Descripción
Tranquilidad a nuestros clientes	Puppy Care entiende que tu mascota es parte de tu familia por lo que tu tranquilidad es nuestro interés, nos encargaremos en base a la dedicación con amor, compromiso, con un equipo de profesionales de calidad, en un entorno seguro y acogedor para que tu can reciba la atención adecuada durante su estancia.
Socialización de tus mascotas	Con el propósito que tu mascota se sienta a gusto Puppy Care contará con un área de juegos en donde harán ejercicios, socializarán con otros amigos y se les adiestrará bajo la supervisión de nuestros profesionales, los cuales por medio de actividades estimularán su mente y los mantendrán entretenidos.
Instalaciones innovadoras y seguras	<p>Puppy Care es una empresa que constará con espacio un espacio amplio en donde las mascotas se sentirán cómodas en donde se puede albergar un gran número de perros, contará con espacios o corrales para separar a los animales por su tamaño para evitar posibles peleas.</p> <p>La guardería contará con un cercado seguro para evitar que los perros escapen.</p> <p>Para la tranquilidad del dueño ponemos a disposición una aplicación en línea para el monitoreo de las cámaras de la guardería la cual puedes descargar en tu celular con este servicio podrás ver a tu mascota en cualquier momento.</p>
Área de alimentación, aseo y descanso	Puppy Care contará con un espacio para dar los alimentos a los perros de manera ordenada y evitando conflictos, adicional se cuenta con un área de aseo en donde tu perro puede ser bañado si por algún motivo requiere de aseo. También se contará con un espacio para el descanso en donde tu perro puede dormir y relajarse.
Control veterinario	Puppy Care tiene claro que cada mascota es diferente por lo cual tu mascota contará con el servicio de control por parte de un veterinario, dentro de nuestros servicios está la atención individual en casos en donde las mascotas presente comportamientos de estrés grave, miedos, hiperapego los cuales serán tratados de manera especial hasta logra que tu mascota se sienta en confianza y feliz.
Transportación de las mascotas	Puppy Care contará con vehículos adaptados para el traslado de tus mascotas cómodas, con ventilación, seguras diseñadas para su movilización y cuidado. Se definirán con el dueño horarios fijos y rutas a fin de optimizar el viaje.

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Puppy Care por medio de la descripción de nuestros servicios lo que se busca informar y crear con el cliente un ambiente de confianza y fidelidad y garantizar que sus mascotas contarán con un servicio de calidad en donde el cuidado, custodia y adiestramiento del can es nuestra prioridad así también nuestras instalaciones gozarán de la seguridad, comodidad y distribución adecuada para el despeño de juegos, alimentación y atención veterinaria para que su permanencia sea a la altura de su mascota.

7.4 Estrategias de mercado

Las estrategias de mercado según (Tómas, 2023) manifiesta que son métodos en donde se planifica de manera ordenada y clara para el logro de los objetivos de marketing uno de los propósitos de llegar a potenciales clientes e incrementar sus ventas.

A continuación, se analiza cada una de las estrategias de mercado a plantear en la empresa Puppy Care:

7.5 Estrategia de precio

Con respecto a la estrategia de precio según (Conecta 361, 2023) es un aspecto ineludible para cualquier persona o empresa que se dedique a la venta de productos o servicios. Asimismo, debido a su influencia en la percepción de la marca por parte del cliente, resulta crucial establecerla desde los primeros pasos de la empresa, sin importar el sector en el que se opere.

Puppy Care con el propósito de atraer potenciales clientes establecerá estrategias de precios mismas que se detallan a continuación:

- **Precios por tiempo:** Puppy Care plantea en sus estrategias de precios planes o tarifas en base a las necesidades que los clientes requieran, las tarifas con respecto al tiempo que sus mascotas deseen que permanezcan en la guardería estos pueden ser en base a lo que dueño requiera, es decir, puede ser por horas, medio día o día completo.

- **Descuentos si es más de una mascota:** Si un cliente requiere de los servicios de Puppy Care para dos mascotas o más se le aplica un descuento por cada mascota adicional, un descuento si el servicio es frecuente y otro por reservas anticipadas en fechas especiales como feriados y días de descanso.
- **Precios diferenciados:** el tamaño de la mascota influye mucho al momento de prestar nuestros servicios por lo cual el precio estará diferenciado por el tamaño de la mascota ya que estos en muchos de los casos pueden requerir una atención especial, el costo adicional será un valor racional con el propósito de atraer la atención del cliente.
- **Precios por servicios adicionales:** si lo cliente requieren servicios adicionales para sus mascotas, como horas adicionales de cuidado, baños especiales, entre otro Puppy Care permite elegir y agregar a sus tarifas iniciales servicios extras los cuales tendrán un costo adicional.

7.6 Estrategia de plaza

Según (Tómas, 2023) señala que la estrategia de plaza, o estrategia de distribución, comprende las elecciones y medidas adoptadas por una empresa para garantizar la disponibilidad y accesibilidad de sus productos o servicios para su público objetivo. Esta estrategia se centra en la forma en que la empresa llevará sus productos desde su lugar de origen hasta el destino final donde serán consumidos.

A continuación, Puppy Care plantea las estrategias de plaza misma que se detallan a continuación:

- **Ubicación estratégica:** Puppy Care constará con una ubicación estratégica de la ciudad de Quito esta se encontrará en una zona residencial del sector del Valle de los Chillos, este a sus alrededores cuenta con varios accesos que facilita su ingreso.
- **Alianzas estratégicas:** Puppy Care generará alianzas estratégicas con la colaboración de veterinarias y locales de comidas de mascotas a estos se les ofrecerá el cuidado de sus mascotas a cambio de ofrecer en sus locales los servicios de la guardería, esto permitirá llegar a un público más amplio y aprovechar las redes de clientes existentes.
- **Presencia online:** Puppy Care generará contenido para las redes sociales el cual basará en exponer los diferentes tipos de detallado la información sobre los servicios de la guardería como

horarios, ubicación y tarifa que se presta y por medio de WhatsApp solicitar una reserva para su mascota.

- **Estrategia de movilización:** Puppy Care pretende llegar a todo tipo de clientes incluso aquellos que viven lejos de la guardería para lo cual con el servicio puerta a puerta de transporte de mascotas de los dueños que no pueden por su tiempo dejar a sus mascotas en la guardería nuestra empresa lo hace por el cliente pensando en su comodidad.
- **Participación en eventos:** Puppy Care convocará a la participación de ferias caninas y asistirá a invitaciones de terceros como cañas de esterilización, ferias de adopción y concientización del cuidado de las mascotas, lo cual permitirá interactuar directamente con los dueños de perros y promocionar tus servicios. También se ofrecerá descuentos y tarifas especiales o promociones exclusivas durante estos eventos para atraer a nuevos clientes.

7.7 Estrategia de servicio posventa

Según (Da Silva, 2021) la posventa se refiere a un conjunto de actividades que se llevan a cabo con un cliente una vez que este ha realizado una compra en una empresa. Su propósito radica en ofrecer a cada consumidor una experiencia mejorada y más integral.

Es crucial resaltar que las responsabilidades del equipo de ventas no terminan al cerrar una transacción, el período posterior a la venta desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la relación entre el cliente y la marca, ya que nadie desea sentirse "abandonado" después de completar una compra.

A continuación, Puppy Care plantea las estrategias de servicios postventa misma que se detallan a continuación:

- **Informe semanal:** Una vez que un dueño de una mascota forma parte de los clientes de Puppy Care estos contarán con un informe semanal sobre la estadía de sus perros en la guardería este incluye avance y atención sobre la socialización con otras mascotas, su estado de salud, informe sobre la alimentación, el ejercicio, las actividades, esta estrategia permitirá mantener un lazo de comunicación con el dueño y esto permitirá estar al tanto de la experiencia de sus mascotas.

- **Fotografías y videos:** Puppy Care de manera periódica remitirá a los dueños de las mascotas momentos y recuerdos por medio de fotos y videos de sus perros durante su estancia en la guardería para que compartan los momentos de juego y diversión que pasando sus mascotas.
- **Programas de fidelización:** Puppy Care contará con programas de fidelización para los clientes frecuentes a los cuales se le dará ofertas y descuentos especiales cuando las estancias en la guardería sean de estancia larga, también se ofrecerá premios para sus mascotas como juegos para la casa en base a frecuencia de utilizar nuestros servicios.
- **Asesoramiento personalizado:** Para que el servicio que nuestros profesionales dan a las mascotas es importante el papel que cumple sus dueños con sus perros en sus casas ya que también se debe de trabajar su comportamiento para lo cual Puppy Care dará consejos sobre el cuidado, la nutrición, el adiestramiento, esto demuestra el compromiso como empresa para otorgar un servicio de calidad.
- **Seguimiento posterior a la estancia:** Puppy Care después de que sus mascotas regresen a sus casas brinda el seguimiento de los expertos los cuales estarán siempre disponible si el dueño tiene alguna inquietud del comportamiento que puedan tener.
- **Recomendaciones y referencias:** Una vez que se genere en los clientes satisfacción sobre los servicios que Puppy Care brinda se solicitará a estos que recomienden a sus amigos y familiares a cambio se le ofrecerá descuentos especiales para ellos o para los nuevos clientes y dependiendo del número de mascotas que acudan a nuestras instalaciones por medio de sus recomendaciones.

7.8 Estrategia de posicionamiento

Como lo señala (Moraño, 2010) la estrategia de posicionamiento es una táctica de marketing que busca identificar la posición actual de una empresa en el mercado y definir la forma en que debe destacarse para atraer a más clientes. Se trata de una estrategia centrada en diferenciar una marca de sus competidores.

El propósito principal de una estrategia de posicionamiento consiste en establecer en la mente del consumidor una característica distintiva de la marca, con el fin de influir en su percepción y comunicar de manera efectiva la ventaja competitiva que ofrece.

A continuación, Puppy Care plantea las estrategias de posicionamiento misma que se detallan a continuación:

- **Enfoque en un nicho específico:** Puppy Care brinda sus servicios a todo tipo de mascotas, pero su especialidad es atender animalitos que tienen comportamiento a causa de estrés, perros adultos mayores, y con condiciones especiales esto es lo que nos diferencia de la competencia ya que somos especialistas en satisfacer las necesidades únicas de estos segmentos de clientes.
- **Calidad y seguridad:** Puppy Care enfatiza de manera permanente la calidad de servicios en donde el cuidado y seguridad son fundamental para que los clientes confíen que sus mascotas se encuentran seguras, con espacio amplios y protocolos de salud e higiene rigurosos para evitar el contagio de enfermedades en sus perros, esto a su vez genera confianza en los dueños y nos posicionará como un lugar confiable y seguro para dejar a sus mascotas.
- **Programas con sus dueños:** Puppy Care cada tres meses plantea hacer un evento con la participación de sus dueños estos acudirán con sus mascotas a la guardería e interactuarán con juegos, premios, fotos entre otros, esto con el propósito que nuestros clientes conozcan nuestro compromiso de proporcionar una experiencia enriquecedora y divertida para los perros, lo que te diferenciará de las guarderías convencionales.

7.9 Plan de marketing

Puppy Care para su normal funcionamiento debe contar con un plan de marketing este a su vez ayudará a establecer una guía clara y definida para el desarrollo y operación para el cuidado y custodia de las mascotas, a continuación, se detallan un conjunto de estrategias y acciones diseñadas para promocionar y posicionar la guardería.

Tabla 18. Plan de marketing

Eje estratégico	Perspectiva	Objetivo	Estrategia	Indicador	Nivel deseado	Meta	Responsable	Plazo	Programa	Costo	año 1	año 2	%
Ventas	Clientes	Ofrecer fidelidad en los clientes	Implementar técnicas de ventas para atraer clientes.	Número de ventas anuales	100 %	Alcanzar el 100% mediante redes sociales	Gerente de Comercial	2 años	Programa en redes	\$ 400,00	70 %	30 %	100 %
Promoción	Proceso interno	Fortalecer la marca de Puppy Care	Efectuar el uso adecuado profesional de redes sociales con contenido de calidad.	Número de personas nos visualizan en redes	70%	Alcanzar el 100% mediante redes sociales	Gerente de Marketing	2 años	Programa en redes	\$ 300,00	60 %	40 %	100 %
Comunicación	Proceso Interno	Fidelizar a los clientes	Puppy Care controlará el nivel de servicio y fidelización de clientes	Total, de ventas realizadas	75%	Alcanzar el 20% de ventas concretadas	Gerente de Marketing	2 años	Programa Fidelización	\$ 500,00	40 %	60 %	100 %
Publicidad	Clientes	Puppy Care utilizará mediante estudios de mercado análisis para el aumento de la cartera de clientes,	Publicitara sus servicios por medios tradicionales como radio y televisión	Cantidad de clientes nuevos adquiridos por medio de la difusión de campaña	45 %	Alcanzar el 25% de mercado objetivo	Gerente de Marketing	1 año	Programa de Difusión	\$ 800,00	70 %	30 %	100 %
TOTAL,										2,000.00			

Elaborado por: Melissa Huilcapi

8. Plan de operaciones

8.1 Objetivo de operaciones

Los objetivos operacionales están direccionados para orientar y guiar las operaciones de las empresas con respecto a la guardería de mascotas Puppy Care se detallan los siguientes objetivos.

- Garantizar la seguridad y estancia de las mascotas durante su estancia en Puppy Care por medio la implementación de medias de seguridad en las instalaciones.
- Brindar un servicio de calidad en donde Puppy Care se encargará de generar confianza y fidelidad de los clientes.
- Optimizar el trabajo operativo por medio de procesos definidos para que el servicio de la guardería de mascotas sea altamente eficiente.
- Generar con los clientes una comunicación efectiva sobre el progreso y cuidado de sus mascotas.
- Conservar las instalaciones de Puppy Care con altos estándares de limpieza e higiene.

8.2 Actividades previas al inicio del servicio

Con respecto a las actividades previas que la empresa Puppy Care que efectuará previo al inicio de prestar el servicio efectuará lo siguientes:

Tabla 19. Actividades previas al inicio de servicio

ACTIVIDADES PREVIAS AL SERVICIO	
Actividades	Descripción
Permisos de funcionamiento	<ul style="list-style-type: none">• Registro de establecimiento: en el Municipio de Quito se registra la guardería.• Licencia de funcionamiento: a licencia de funcionamiento para una guardería de mascotas se puede obtener a través de la Agencia Metropolitana de Control y Regulación Sanitaria (AMCRS).• Contratación de un seguro privado contra riesgos para cubrir posibles daños a terceros.• Habilitará un ruc en base al giro del negocio y solicitará autorización para la emisión de facturas electrónicas.

<p>Adecuación de instalaciones</p>	<p>Puppy Care arrendara un espacio físico de 1000 metros cuadrados, en donde existe actualmente instalaciones de oficina las cuales serán adecuadas en base a las necesidades estas constarán de lo siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cercado seguro para evitar que las mascotas se escapen. • Constará con área de estacionamiento • Área de comida y descanso • Área de juegos, adiestramiento y entretenimiento • Área de veterinaria y duchas • Bodegas de almacenamientos de juguetes, alimentos y de más.
<p>Adquisición de equipos, accesorios y comida</p>	<p>Puppy Care previo al funcionamiento de sus instalaciones efectuará las siguientes compras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de equipos de cómputo, cámaras de seguridad, alarmas, ventiladores, radio comunicador. • Compra de alimento de mascotas, de comederos y bebederos, juguetes para perros, galletas y huesos para perros. • Adquisición de vacunas para perros, kit de medicamentos para mascotas. • Compra de talcos para baño en seco, cepillos especiales para pelo de mascotas. • Adquisición de materiales de limpieza para la higiene de las instalaciones.
<p>Establecer procedimientos operativos</p>	<p>Puppy Care establecerá protocolos para los procedimientos operativos de la empresa lo cuales se basarán en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro y control de vacunas de las mascotas. • Control y protocolo de ingreso y salida a Puppy Care de mascotas. • Las instalaciones de manera permanente efectuarán la limpieza de las instalaciones. • El personal de Puppy Care deberá desarrollo sus actividades en pase procesos definidos.

Elaborado por: Melissa Huilcapi

8.3 Diseño de servicio

Para el presente plan de operaciones Puppy Care desarrollará el siguiente diseño para sus servicios:

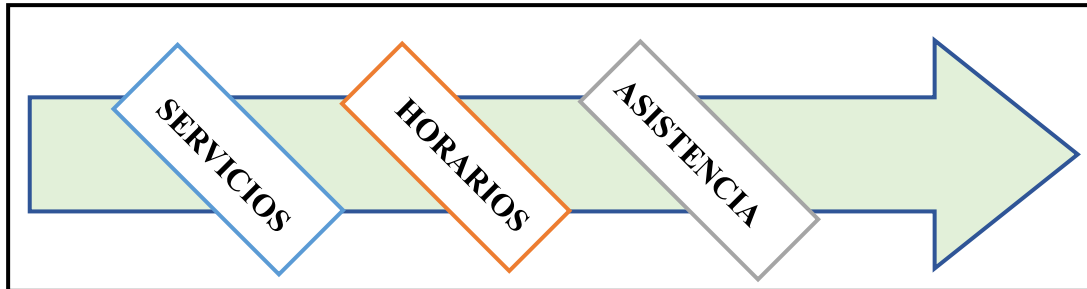


Figura 15. Diseño de servicio

Elaborado por: Melissa Huilcapi

8.4. Aspectos técnicos del servicio

8.4.1 Servicios.

Puppy Care desea cumplir y llenar las expectativas de sus clientes para lo cual se detalla el tipo de servicio que ofrece:



Figura 16. Servicios

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Puppy Care comprende lo mucho que amas a tu mascota nuestro compromiso es cuidar y atender de tu mascota para lo contamos con una gama de servicios a disposición:

- Contamos con el servicio de transporte puerta a puerta, Adiestramiento a cargo de profesionales de calificados.
- Servicio de control de vacunas y atención.
- Veterinaria en caso de emergencias todo esto con el propósito de garantizar su estancia.

8.4.2 Horarios de atención.



Figura 17. Horarios de atención
Elaborado por: Melissa Huilcapi

8.4.3 Asistencia especial.



Figura 18. Asistencia especial
Elaborado por: Melissa Huilcapi

El horario de atención de la guardería Puppy Care es de:

Lunes a viernes de 7 am a 7pm

Sábados y Domingos de 7am a 1pm

También contamos con servicio de horas extras si el cliente necesita en casos especiales que su mascota permanezca bajo nuestro cuidado.

Las mascotas desarrollan diferentes necesidades y enfermedades por lo que, Puppy Care brinda servicios especializados tales como:

Atención por hiperapego es decir ayudamos a tu mascota a ser independiente y sociable.

Tratamos los problemas de estrés a causa del encierro en casa, también ayudamos a que tu mascota adulta mayor tenga una calidad de vida en base actividad física controlada con el debido amor y respeto para su can.

8.5 Proceso de producción del servicio

Puppy Care con sus servicios pretende ser una guardería canina de calidad en donde sus clientes confíen de la atención hacia sus mascotas para esto la empresa contará con procesos de producción del servicio el cual estará dado de la siguiente manera:

Tabla 20. Proceso de producción del servicio

PUPY CARE PROCESO DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO					
Empresa: Puppy Care					
Proceso: Proceso de producción del servicio					
Actividades	Administrador	Limpieza	Transporte	Adiestrador	Salud
Las instalaciones de Puppy Care y su apertura diaria estará a cargo de la administradora.					
El personal de limpieza antes del ingreso de las mascotas efectuará la limpieza y desinfección de las áreas.					
El personal de transporte efectuará la movilización de las mascotas a la guardería.					
Una vez que los conductores recogen de sus casas a las mascotas efectúan el registro con la administradora.					
Las mascotas son entregadas para que el entrenador organice sus tareas					
A las 8y30 am el adiestrador comienza con las actividades, dada los alimentos, descanso y el veterinario chequea a las mascotas.					
Una vez culminado el día el conductor retorna a sus casas a las mascotas.					
Como último los conductores regresa a la guardería para la entrega de los vehículos.					
Culminadas las actividades el personal se retira y la administradora cierra las instalaciones.					

Elaborado por: Melissa Huilcapi

8.6 Flujo de proceso del servicio

El flujo de proceso es una ilustración en donde se evidencia los pasos descritos en el proceso productivo de los servicios que presta la empresa Puppy Care este se presenta a continuación:

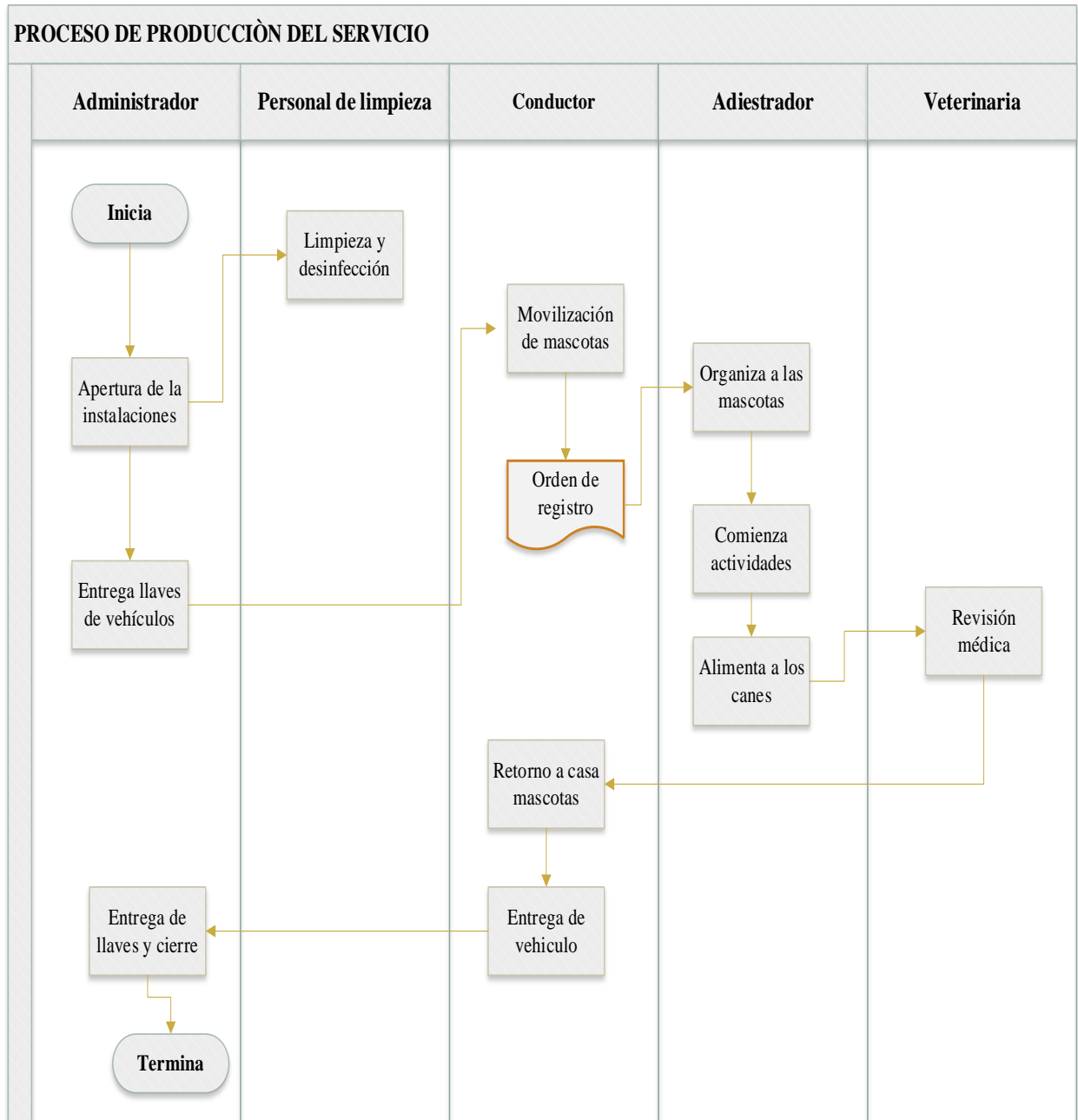


Figura 19. Flujo de proceso de servicios
Elaborado por: Melissa Huilcapi

8.7 Estándares de calidad

Puppy Care prestará sus servicios bajo estándares de calidad con el propósito de garantizar el cuidado adecuado de sus mascotas y brindar la atención oportuna en base a las siguientes actividades:

1. **Seguridad:** la seguridad de las mascotas es la principal prioridad de Puppy Care en tal virtud las instalaciones estarán adecuadas para que no surja ningún altercado con los canes, para esto se tomará las medidas adecuadas como: monitoreo constante de las cámaras, las puertas de acceso contarán con sistema eléctrico en donde el personal de la guardería tomará las precauciones pertinentes para evitar que un can se escape.
2. **Higiene:** Puppy Care con el propósito de cuidar la salud de las mascotas mantendrá la calidad en la limpieza de la guardería para esto se desinfectará de manera permanente todas las áreas, así como también se mantendrán limpio la zona de alimentación de las mascotas.
3. **Salud:** Puppy Care por medio de fichas de registro y control mantendrá el control de tu mascota con respecto a vacunas o tratamientos preventivos, así como los avances con respecto al adiestramiento y socialización. Los veterinarios realizaran chequeos médicos para determinar posibles lesiones.
4. **Entrenamiento:** los especialistas en entrenamiento de las mascotas utilizaran las técnicas adecuadas para que el adiestramiento de los canes sea efectivo y en base a la necesidad y condición de cada uno, este tendrá la capacidad de controlar posibles enfrentamientos, efectuará estimulación mental y física en base a sus conocimientos.
5. **Comunicación:** La calidad del servicio será medida por nuestros clientes por lo tanto el compromiso de Puppy Care es mantener informados a los dueños de las mascotas del avance de su comportamiento, así como el estado de ánimo y si su alimentación está siendo satisfactoria.
6. **Personal:** Para que la calidad de nuestros servicios sea efectiva Puppy Care contará con personal altamente calificado los cuales serán amantes de los perros, especialista en entrenamiento y cuidado, así como personales capaces de atender emergencias como primeros auxilios o identificar posibles enfermedades en tu mascota.

9. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

9.1 Principales funciones principales que requiere la empresa

La empresa Puppy Care dentro de sus funciones principales contará con varias actividades esenciales mismas que se detallan a continuación:

Tabla 21. Funciones de la empresa

FUNCIONES DE PUPPY CARE	
ÁREA	ACTIVIDADES
Gerencia General	Las funciones de la gerencia general será el velar que las actividades de la empresa se estén ejecutando de la mejor manera y será el responsable de la toma de decisiones en base a los informes del administrador de la guardería.
Administrativa	Las actividades de carácter administrativo son un eje fundamental para el buen funcionamiento de Puppy Care, por lo cual estará a cargo de un profesional que será la que dirija y controle el ingreso y salida de las mascotas, como también velará por el normal desarrollo de las instalaciones y que el personal cumpla con sus horarios y funciones.
Adiestramiento	<p>Puppy Care contará con adiestradores altamente calificados los cuales cumplirán las siguientes funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• En base a tres horarios definidos a las 8y30, 11y30 y 2pm efectuaran el debido entrenamiento, ejercitación, juegos y desarrollo de destrezas de las mascotas.• Los entrenadores deberán educar a las mascotas para que su comportamiento sea lo menos agresivo posible. <p>El horario de comida para las mascotas es de 1 pm esta actividad también es efectuada por los entrenadores ya que ellos son los expertos del manejo de los canes.</p>
Aseo y limpieza	<p>Las funciones del área de aseo y limpieza serán las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Los responsables del área de limpieza las veces que sean necesario efectuaran el aseo y desinfección de las áreas comunes de las instalaciones de Puppy Care.• Los responsables del aseo solicitaran a la administradora los respectivos de suministros de limpieza para el mes.• Serán también los responsables de la limpieza profunda de los vehículos donde se trasladan a las mascotas.

Transporte y cuidado	<p>Las funciones del área de transporte y cuidado de mascotas cumplen un rol importante los cuales están dado por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los conductores realizarán la movilización de las mascotas por medio de rutas definidas por sector y horarios. • El conductor a fin de tener el control de la movilización de las mascotas tendrá constante comunicación con la administradora de Puppy Care que si de existir alguna eventualidad se encargara de contarse con el dueño de la mascota. • El conductor será el responsable de verificar de manera constante que las jaulas, cadenas y ventilación de vehículo este en perfecto estado y de existir alguno desperfecto notificar a la administradora para la reparación pertinente. • Los conductores deben entregar tres veces por semana al área de limpieza para que estos sean desinfectados y se realice limpiezas profundas para evitar enfermedades.
Veterinaria	<p>Los especialistas en el área veterinaria efectuarán las siguientes funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los veterinarios serán los encargados del manejo y control de vacunas y enfermedades de las mascotas. • Darán atención medica en caso de una emergencia como por ejemplo torcedura, golpe de un perro, alguna herida por mordida entre canes y demás posibles casos que se presente. • También será el responsable del control y manejo de medicamentos y de la solicitud a la administradora del abastecimiento de suministros para el área de veterinaria.

Elaborado por: Melissa Huilcapi

9.2 Las habilidades y conocimientos de cada función requieren

Las funciones esenciales descritas en el apartado anterior son las necesarias e indispensables para el desarrollo del cuidado y custodia de las mascotas en la guardería Puppy Care, en tal virtud estos deben de contar con habilidades y conocimientos los mismo que describen a continuación:

Tabla 22. Habilidades y conocimientos

PUUPY CARE							
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS DE LAS FUNCIONES							
GERENCIA GENERAL			ADMINISTRADOR			SERVICIO DE TRANSPORTE	
Conocimiento		Habilidades	Conocimiento		Habilidades	Conocimiento	
Experiencia:	Titulo en administración de empresas y afines.	Liderazgo empresarial Manejo de recurso humano. Capacidad para la toma de decisiones.	Experiencia:	Titulo en administración de empresas y afines.	Habilidades para atención al cliente Habilidades para planificar tareas.	Experiencia:	Bachillerato culminado
Años:	5 años de experiencia	Habilidad para comunicarse con proveedores.	Años:	3 años de experiencia	Manejo de software de oficina	Años:	6 años experiencia
Conocimientos	Conocimiento en gerencia de empresas y negocios	Capacidad para el manejo del marketing	Conocimiento	Manejo de talento humano, administración de empresas	Liderazgo para el manejo del personal.	Conocimiento	Conocimiento en conducción y seguridad vial
ADiestRAMENTO			VETERINARIA			SERVICIO DE LIMPIEZA Y ASEO	
Conocimiento		Habilidades	Conocimiento		Habilidades	Conocimiento	
Experiencia:	Etología animal y psicología canina certificada	Habilidades en el manejo de perros. Habilidades en el control y manejo peleas.	Experiencia:	Titulo de veterinaria	Habilidades de primeros auxilios en perros. Habilidad para identificar malestares en los canes.	Experiencia:	Bachillerato culminado
Años:	5 años de experiencia	Habilidad para adiestrar a los canes.	Años:	4 años de experiencia	Manejo y protocolo de vacunas. Capacidad del manejo de medicamentos.	Años:	3 años de experiencia
Conocimientos	Conocimientos en comportamiento canino, saber sobre las diferentes razas y como actúan y procesos de enseñanza canina.	Paciencia y empatía con los canes. Amor y pasión por los perros.	Conocimiento	Conocimiento clinico veterinario, diagnostico y tratamiento en la salud canina.		Conocimiento	Conocimiento en los protocolos de limpieza, utilización adecuada de los desinfectantes.

Elaborado por: Melissa Huilcapi

9.3 Los argos permanentes en la empresa

En Puppy Care una vez que la gerencia general ha analizado que cargos son indispensables y a su vez permanentes considera que los siguiente serán lo necesarios para su funcionamiento:

Tabla 23. Cargos permanentes

PUPPY CARE PERSONAL PERMANENTE	
Cargos	Número de personas
Gerencia General	1
Administradora	1
Conductores	3
Adiestrador de perros	3
Veterinaria	1
Auxiliar de veterinaria	1
Personal de limpieza	2
Total, personal	12

Elaborado por: Melissa Huilcapi

9.4 Organigrama estructural

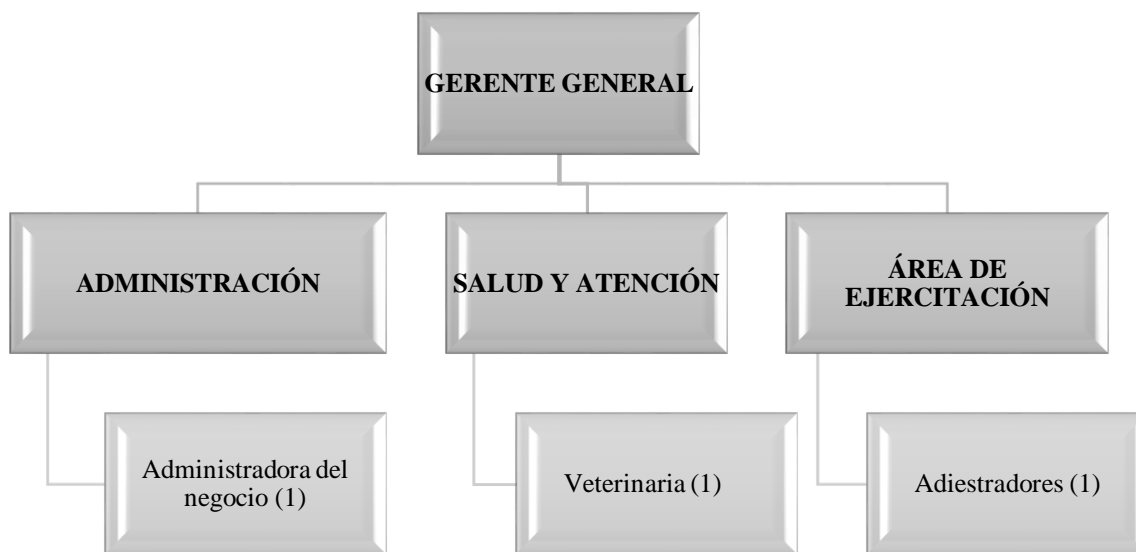


Figura 20. Organigrama estructural
Elaborado por: Melissa Huilcapi

9.5 Políticas para la administración del talento humano

La definición de políticas y estrategias para la administración del talento humano es importante para el que el cumplimiento de las funciones de Puppy Care sean efectivas misma que se establecen a continuación:

Tabla 24. Políticas para la administración del talento humano

PUPPY CARE ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO	
POLÍTICAS	<p>Política de contratación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar los procesos para contratación de personal por medio convocatorias. • La gerencia y el administrador serán los responsables de la evaluación de los profesionales. • Se elaborará un contrato laboral en donde se estipule el salario y sus horarios. • Se solicitará referencias laborales de trabajos anteriores.
	<p>Políticas de horarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se define la política del cumplimiento estricto de los horarios de trabajos definidos. • De ser necesario la empresa puede requerir horas adicional de trabajo las cuales serán remuneradas. • De existir retraso en el horario de trabajo por parte del personal y si estos son frecuentes el administrador conversará caso contrario se tomará medidas correctivas.
	<p>Políticas de capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puppy Care ejecutará los planes de capacitaciones necesarios para todo el personal estos pueden ser (seguridad ocupacional, primeros auxilios, manejo de químicos de limpieza). • Para el adiestrador como para el personal de veterinaria tomarán cursos sobre el manejo, cuidado y tratamiento de las mascotas.
	<p>Políticas de manejo de conflictos personales</p> <ul style="list-style-type: none"> • En toda empresa puede existir conflictos laborales y Puppy Care prevé que si estos se presentan estos problemas deben ser notificados a la administradora. • La administradora con acompañamiento de la gerencia actuara como mediadores para escuchar las necesidades de las partes. • Se define por medio de un acta los acuerdos establecidos y se monitorea al personal involucrado.

Elaborado por: Melissa Huilcapi

9.6 Presupuesto de las remuneraciones

El presupuesto anual para las remuneraciones del personal de la guardería Puppy Care estará dado por el siguiente detalle:

Tabla 25. Presupuesto remuneraciones

PRESUPUESTO PERSONAL DE PUPPY CARE								
Nro.	Cargo	Salario mensual	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS	Vacaciones	Total, anual	Total, por # de empleados
1	Gerente General	980	980	450	92.61	490	13,773	13,773
1	Administradora	575	575	450	54.34	287.5	8,267	8,267
3	Conductores	460	460	450	43.47	230	6,703	20,110
3	Adiestradores	500	500	450	47.25	250	7,247	21,742
1	Veterinaria	540	540	450	51.03	270	7,791	7,791
1	Auxiliar de enfermería	465	465	450	43.94	232.5	6,771	6,771
2	Personal de limpieza	460	460	450	43.47	230	6,703	13,407
12	TOTAL, PRESUPUESTO ANUAL							91,861

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10. Plan financiero

Puppy Care con la finalidad de determinar si el emprendimiento es viable se debe efectuar un plan financiero el cual permita conocer tanto la inversión, gastos y costos que esta incurre mismo que se presenta a continuación:

10.1 Plan de ventas

Tabla 26. Plan de ventas

INGRESOS Puppy Care							
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
SERVICIO	Precio Mensual	Cantidad		5%	5%	10%	10%
Servicio de guardería canina	\$ 260,00	240	\$62.400	\$65.520	\$68.796	\$75.675	\$83.243,16
TOTAL, INGRESOS			\$62.400	\$65.520	\$68.796	\$75.675	\$83.243,16

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.2 Análisis de costos

Tabla 27. Costo de servicio

Costo De Servicio Puppy Care			
MATERIALES DIRECTOS	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tijeras	5	\$ 19,80	\$ 99,00
Jeringas	200	\$ 0,25	\$ 50,00
Kit de medicamentos	5	\$ 180,00	\$ 900,00
Algodón paquete grande	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Alcohol	10	\$ 12,50	\$ 125,00
Shampoo canino galón	10	\$ 8,50	\$ 85,00
Jabón canino	50	\$ 1,85	\$ 92,50
Talcos caninos	20	\$ 3,75	\$ 75,00
Juguetes para perros	100	\$ 1,85	\$ 185,00
Jaulas para perros	15	\$ 42,00	\$ 630,00
Comedores perros	75	\$ 3,40	\$ 255,00
Beberos perros	75	\$ 2,85	\$ 213,75
Bozales diferentes tallas	10	\$ 18,80	\$ 188,00
Correas para caninos	50	\$ 3,20	\$ 160,00
Comida	100	\$ 30,00	\$ 3.000,00
Total			\$ 6.123,25

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.3 Punto de equilibrio del negocio

Tabla 28. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio Cantidades	
Costo fijo	\$ 6.132
Precio de venta unitario	\$260
Costo Variable Unitario	\$ 215
Punto de equilibrio	246

Punto de equilibrio monetario	
Costo fijo	\$ 56.277
Precio de venta unitario	\$260
Costo Variable Unitario	\$ 215
Punto de equilibrio	\$ 69.948,31

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.4 Inversión inicial

Tabla 29. Inversión inicial

Inversión Activo Fijo Puppy Care			
Rubros	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Maquinaria y Equipo			\$ 1.895,00
Balanza	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Ventiladores	4	\$ 85,00	\$ 340,00
Extintores	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Equipo de cámaras de seguridad	1	\$ 310,00	\$ 310,00
Equipo de duchas para canina	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Equipo de secadora canina	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Equipo de esterilización para instrumentos	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Equipo de comunicación (de 6 radios frecuencias)	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Muebles y Enseres			\$1.334,00
Silla de oficina	2	\$75,00	\$ 150,00
Basureo industrial	3	\$28,00	\$ 84,00
Estantería para materiales	3	\$ 85,00	\$ 255,00
Caunter para recepción	1	\$310,00	\$ 310,00
Mesa de centro	1	\$45,00	\$ 45,00
Mesa de acero veterinaria	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Cafetera	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Silla de 4 puestos para la sala de espera	1	\$165,00	\$ 165,00
Vehículo			\$ 15.000,00
Furgoneta	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Equipos de computo			\$ 1.102,00
Equipo de computo	2	\$456,00	\$ 912,00
Impresora	1	\$135,00	\$ 135,00

Caja registradora	1	\$55,00	\$ 55,00
Inmuebles			\$ 500,00
Adecuaciones	1	\$500,00	\$ 500,00
Total			\$ 19.831,00

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Tabla 30. Inversión diferida

Inversión Diferida Puppy Care			
Rubros	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gastos de Estudios			\$ 500
Estudio de Mercado	1	\$ 500	\$ 500
Permiso de funcionamiento			\$ 125
Patente Municipal	1	\$ 15	\$ 15
Permiso de funcionamiento	1	\$ 60	\$ 60
Permiso ambiental	1	\$ 50	\$ 50
Total			\$ 625

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Tabla 31. Depreciaciones

Depreciaciones Puppy Care								
ACTIVOS	VALOR EN LIBROS AÑO 0	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS AÑO 1	VALOR EN LIBROS AÑO 2	VALOR EN LIBROS AÑO 3	VALOR EN LIBROS AÑO 4	VALOR EN LIBROS AÑO 5
Maquinaria y Equipo	\$ 1.895,00	10 años	\$ 189,50	\$1.705,50	\$1.516,00	\$1.326,50	\$1.137,00	\$ 947,50
Muebles y Enseres	\$ 1.334,00	10 años	\$ 133,40	\$1.200,60	\$1.067,20	\$ 933,80	\$ 800,40	\$ 667,00
Vehículo	\$ 15.000,00	10 años	\$ 1.500,00	\$13.500,00	\$12.000,00	\$10.500,00	\$9.000,00	\$7.500,00
Equipos de computo	\$ 1.102,00	3 años	\$ 367,33	\$ 734,67	\$ 367,33	\$ -	\$ -	\$ -
Inmuebles	\$ 500,00	10 años	\$ 25,00	\$ 475,00	\$ 450,00	\$ 425,00	\$ 400,00	\$ 375,00
TOTAL	\$ 19.831,00		\$ 2.215,23	\$17.615,77	\$15.400,53	\$13.185,30	\$11.337,40	\$9.489,50

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.5 Fuentes de financiamiento

Tabla 32. Fuentes de financiamiento

Resumen del Proyecto Puppy Care				
DETALLE	INVERSION TOTAL	INTERNA	EXTERNA	TOTAL
	AÑO (0)	70%	30%	100%
Inversión Fija	\$ 19.831	\$ 13.881,70	\$ 5.949,30	\$ 19.831
Inversión Diferida	\$ 625	\$ 437,50	\$ 187,50	\$ 625
Capital de Trabajo	\$ 5.000	\$ 3.500	\$ 1.500,00	\$ 5.000
TOTAL	\$ 25.456	\$ 17.819,20	\$ 7.636,80	\$ 25.456

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Tabla 33. Proyección de costos

Tabla De Costos Puppy Care					
DETALLE DE COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE SERVICIO		10%	10%	10%	10%
Materiales Directos	\$ 6.123,25	\$ 6.735,58	\$ 7.409,13	\$ 8.150,05	\$ 8.965,05
TOTAL, DE COSTOS	\$ 6.123,25	\$ 6.735,58	\$ 7.409,13	\$ 8.150,05	\$ 8.965,05

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Tabla 34. Proyección de gastos

Gastos Totales Puppy Care					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 46.615	\$ 44.467	\$ 45.863	\$ 47.326	\$ 48.858
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 31.800	\$ 32.400	\$ 33.660	\$ 34.983	\$ 36.372
Administradora	\$ 7.800	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 7.200
Asistente administrativa	\$ 6.000	\$ 6.300	\$ 6.615	\$ 6.946	\$ 7.293
Veterinario	\$ 6.600	\$ 6.930	\$ 7.277	\$ 7.640	\$ 8.022
Conductor	\$ 5.400	\$ 5.670	\$ 5.954	\$ 6.251	\$ 6.564
Adiestrador	\$ 6.000	\$ 6.300	\$ 6.615	\$ 6.946	\$ 7.293
SERVICIOS BASICOS	\$ 14.815	\$ 12.067	\$ 12.203	\$ 12.343	\$ 12.486

Agua	\$ 1.800	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480
Luz	\$ 1.200	\$ 420	\$ 420	\$ 420	\$ 420
Teléfono	\$ 1.200	\$ 420	\$ 420	\$ 420	\$ 420
Depreciaciones	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215
Arriendo (terreno de 1000 m2)	\$ 7.200	\$ 7.272	\$ 7.345	\$ 7.418	\$ 7.492
Gasto Gasolina y mantenimiento	\$ 1.200	\$ 1.260	\$ 1.323	\$ 1.389	\$ 1.459
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	\$ 1.200	\$ 1.320	\$ 1.452	\$.597	\$ 1.757
TOTAL, GASTOS	\$ 47.815	\$ 45.787	\$ 47.315	\$ 48.923	\$ 50.615

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.6 Proyección de flujo de caja

Tabla 35. Flujo de caja

Flujo De Caja Puppy Care						
DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	
Ingresos por Venta	\$62.400	\$ 65.520	\$ 68.796	\$ 75.676	\$ 83.243	
(+) Ingresos Operacionales						
(-) Costos de Ventas	\$ 6.123	\$ 6.736	\$ 7.409	\$ 8.150	\$ 8.965	
(=) UTILIDAD/PERDIDA BRUTA EN VENTAS	\$ 56.277	\$ 58.784	\$ 61.387	\$ 67.526	\$ 74.278	
(-) Gastos de Operación	\$ 50.030	\$ 48.002	\$ 49.530	\$ 51.138	\$ 52.830	
Gastos Administrativos	\$ 46.615	\$ 44.467	\$ 45.863	\$ 47.326	\$ 48.858	
Gastos en Ventas	\$ 1.200	\$ 1.320	\$ 1.452	\$ 1.597	\$ 1.757	
Gasto Depreciación de Equipos	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	
(=) UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA	\$ 6.246	\$ 10.782	\$ 11.857	\$ 16.388	\$ 21.448	
(=) UTILIDAD/PERDIDA ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION A TRABAJADORES	\$ 6.246	\$ 10.782	\$ 11.857	\$ 16.388	\$ 21.448	

(15%) Participación de trabajadores		\$ 937	\$ 1.617	\$ 1.779	\$ 2.458	\$ 3.217
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA RENTA		\$ 5.309	\$ 9.165	\$ 10.078	\$ 13.929	\$ 18.230
(25%) Impuestos a la Renta		\$ 1.327	\$ 2.291	\$ 2.520	\$ 3.482	\$ 4.558
(=) UTILIDAD/PERDIDA NETA DEL EJERCICIO		\$ 3.982	\$ 6.873	\$ 7.559	\$ 10.447	\$ 13.673
(+) Depreciación		\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215	\$ 2.215
(=) FLUJO DE CAJA		\$ 6.197	\$ 9.089	\$ 9.774	\$ 12.662	\$ 15.888
(-) Inversión Inicial	\$ (25.456)					
Inversión fija	\$ (19.831)					
Inversión diferida	\$ (625)					
Capital de trabajo	\$ (5.000)					
(+) Valor de salvamento de los activos		\$ 810	\$ 810	\$ 810	\$ 810	\$ 810
(=) FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ (25.456)	\$7.007	\$9.899	\$10.584	\$13.472	\$16.698

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.7 Análisis de rentabilidad Van y Tir

Tabla 36. Flujo de caja

VAN	\$ 13.918
TIR	30%

Elaborado por: Melissa Huilcapi

Al obtener una tasa interna de retorno superior a 0 es decir del 30%, podemos indicar que el proyecto es rentable por cuanto, el porcentaje de beneficio que tendrá una inversión es superior a lo estimado.

10.8 Estado de pérdidas y ganancias proyectado de la empresa

Tabla 37. Estado de pérdidas y ganancias

Estado de Resultado de Pérdidas y Ganancias					
Puppy Care					
DETALLE	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	\$ 62.400,00	\$ 65.520,00	\$ 68.796,00	\$ 75.675,60	\$ 83.243,16
Costos de Ventas	\$ 6.123,25	\$ 6.735,58	\$ 7.409,13	\$ 8.150,05	\$ 8.965,05
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 56.276,75	\$ 58.784,43	\$ 61.386,87	\$ 67.525,55	\$ 74.278,11
GASTOS OPERACIONALES	\$ 47.815,23	\$ 45.787,23	\$ 47.314,95	\$ 48.922,75	\$ 50.615,26
Gastos Administrativos	\$ 46.615,23	\$ 44.467,23	\$ 45.862,95	\$ 47.325,55	\$ 48.858,34
Gastos de Ventas	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.452,00	\$ 1.597,20	\$ 1.756,92
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 8.461,52	\$ 12.997,19	\$ 14.071,91	\$ 18.602,80	\$ 23.662,85
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.461,52	\$ 12.997,19	\$ 14.071,91	\$ 18.602,80	\$ 23.662,85
15% Partic. Trabajadores	\$ 1.269,23	\$ 1.949,58	\$ 2.110,79	\$ 2.790,42	\$ 3.549,43
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	\$ 7.192,29	\$ 11.047,61	\$ 11.961,13	\$ 15.812,38	\$ 20.113,42
25 % Impuesto a la Renta	\$ 1.798,07	\$ 2.761,90	\$ 2.990,28	\$ 3.953,10	\$ 5.028,36
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 5.394,22	\$ 8.285,71	\$ 8.970,85	\$ 11.859,29	\$ 15.085,07

Elaborado por: Melissa Huilcapi

10.9 Análisis de sensibilidad y riesgo de negocio

Tabla 38. Análisis de sensibilidad

FACTOR	VENTAS	VAN	PVU	VAN	CVU	VAN	INVERSIÓN	VAN
		\$13.918		\$13.918		\$13.918		\$13.918
30%	312	\$18.094	\$ 468,00	\$18.094	\$5,14	\$18.094	\$33.093	\$18.094

20%	288	\$ 16.702	\$432,00	\$16.702	\$4,74	\$16.702	\$30.547	\$16.702
10%	264	\$ 15.310	\$396,00	\$15.310	\$4,35	\$ 15.310	\$28.002	\$15.310
0%	240	\$ 13.918	\$360,00	\$13.918	\$3,95	\$13.918	\$25.456	\$13.918
-30%	168	\$ 9.743	\$252,00	\$9.743	\$2,77	\$ 9.743	\$17.819	\$9.743
-50%	120	\$ 6.959	\$180,00	\$ 6.959	\$1,98	\$ 6.959	\$12.728	\$6.959
-70%	72	\$ 4.176	\$108,00	\$ 4.176	\$1,19	\$ 4.176	\$7.637	\$4.176

Una vez efectuado el estudio financiero se concluye que posterior a la determinación de proyección de ventas, a la definición de inversión, así como las fuentes de financiamiento se determinó la viabilidad del proyecto, por lo cual Puppy Care se considera que debe de ser implementado y se considera un emprendimiento que se altamente rentable e innovador.

Conclusiones

Una vez que se ha finalizado el presente estudio denominando, “Plan de negocios para la creación de una guardería dedicada al cuidado y custodia de perros, ubicada en la parroquia de Conocoto” se define las siguientes conclusiones en base a los objetivos planteados:

Como primera conclusión de en presente estudio se fundamentó teóricamente lo concerniente a los principios de control y administración en base a definiciones y conceptos tomados de libros, revista y de más artículos de carácter bibliográfico con el propósito de contar con bases sólidas que permitieron el desarrollo de un plan de negocios efectivo para la empresa Puppy Care.

Tambien se concluye que en base al análisis de la situación actual del entorno empresarial de las guarderías de perros en el sector de Conocoto y en la ciudad de Quito, en donde se pudo obtener una visión clara del comportamiento de la competencia y las tendencias del mercado a las cual puede enfrentar la empresa Puppy Care, dicha información ayudo a para comprender los posibles desafíos a enfrentar.

Así tambien con respecto al estudio de mercado se pude concluir que una vez que este fue realizado la información que se obtuvo ayudo a comprender las necesidades, preferencias y comportamiento los potenciales clientes en donde se pudo determinar que existe la necesidad que el sector de Conocoto cuente con una guardería para el cuidado y custodia canina.

Se puede tambien concluir tambien con respecto a la elaboración del modelo de negocios para la empresa Puppy Care en el sector de Conocoto puente 2 este facilito la determinación de estrategias, propuestas de valor, el análisis del situacional, segmentación de mercado para garantizar la viabilidad de la empresa.

Con respecto al desarrollar un plan de marketing se concluye que este aporto con información valiosa para la guardería Puppy Care ubicada en el sector de Conocoto, en donde se definieron los respectivos objetivos de marketing, las diferentes estrategias de marketing y descripción de los servicios que la guardería así tambien se definió las estrategias de postventa y de posicionamiento en el mercado esto con el propósito de la empresa se pueda posicionar en el mercado.

Por otro lado, con respecto a la elaboración del plan de operaciones para la empresas de guardería de perros Puppy Care en esta se establecieron los objetivos pertinentes así como las actividades previas al funcionamiento de la empresa, así como aspectos técnicos y procedimientos y procesos para a producción del servicio y por último se describe los estándares de calidad necesarios para brindar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes que garanticen la eficiencia operativa y la excelencia en el servicio.

Con respecto al diseño y la estructura de recursos humanos se concluye que la empresa Puppy Care que se dedicará a la guardería de cuidado y custodia de perros ubicada en el sector de Conocoto, facilito la definición del recurso humano así como sus actividades, políticas y responsabilidades en base a sus perfiles altamente competentes quienes serán los que formaran parte de la empresa esto con el propósito de establecer un ambiente de trabajo favorable para el bienestar de los empleados y la satisfacción de los clientes.

Por último, con respecto al estudio financiero se concluye que posterior a la determinación de proyección de ventas, a la definición de inversión, así como las fuentes de financiamiento se determinó la viabilidad del proyecto para poder tomar la decisión de es plantear las estrategias para garantizar la sostenibilidad económica de la empresa a largo plazo.

Recomendaciones

Una vez determinado que el presente estudio de plan de negocios es viable se recomienda que el mismo inicie sus operaciones en tomando en cuenta todos los estudios realizados esto con el propósito de poder por un lado satisfacer las necesidades del sector de Conocoto y atender las necesidades las mascotas que presentar diferente particularidades a causa de la falta de socialización entre seres de su especie, por otro lado, es importante señalar que al implementar es negocios permitirá generas fuentes de empleo y satisfacer una demanda de algunos sector en los cuales se encuentran en desempleo hecho que es favorable para la economía del país.

Así tambien se recomienda que cuando el emprendimiento de Puppy Care este en total funcionamiento cumpla con todas las normas de funcionamiento para evitar problemas con las autoridades municipales entre otras, se recomienda que de manera permanente se desarrolle estrategias de marketing que ayude a la solides del posicionamiento en el mercado aplicar estrategias de comunicación efectiva tales como difusión por medios, manejo adecuado y profesional de redes sociales ayuda al potenciar la empresa. Por otro lado, es recomendable mantener un adecuado ambiente laboral por medio de capacitaciones permanentes y evitando conflictos de carácter laboral

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- American Animal Hospital Association. (1995). *Fifth Annual National Pet Owner Survey*.
- amigoseducando. (2023). *Animaliahotels.com*. Retrieved from Hotel para perros Amigos Educando Amigos: <https://animaliahotels.com/ec/residencias-caninas-felinas/amigos-educando-amigos/>
- Ana María Sanchez. Tatiana Vayas, F. M. (2021). *EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO*. Retrieved from Universidad Tecnica de Ambato: https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/dipticos/Diptico_N60.pdf
- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de Investigación Social*. Lumen Argentina. Retrieved from <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55363.pdf>
- Banco Pichincha. (2021, Mayo 07). *BANCO PICHINCHA*. Retrieved from ¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?: <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano>
- Banco Pichincha. (2022, Febrero 08). *Banco Pichincha*. Retrieved from ¿Qué es la inflación? Su efecto sobre el precio de las cosas: <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/que-es-inflacion>
- Berrú, V. (2019). *ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PERROS EN ABANDONO*. Retrieved from PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16201/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20DISTRIBUCI%C3%93N%20DE%20LOS%20PERROS%20EN%20ABANDONO%20EN%20EL%20DMQ%20EN%20BASE%20A%20UNA%20ZONA%20DE%20ESTUDIO%2C%20Y%20DIRECTICES%20PARA%20LA%20CONSTRUCCI%C3%93N%20D>
- Blog Kiwoko. (2023). *Blog Kiwoko Mundo Animal*. Retrieved from Hiperapego en perros. ¿Tienes un perro-velcro?: <https://www.kiwoko.com/blogmundoanimal/hiperapego-en-perros/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20hiperapego%20en,propietario%20est%C3%A1%20cerca%20de%20%C3%A9>
- Carabaño, T. (2022, Marzo 30). *ESPAE- Escuela de negocios*. Retrieved from Empresas de servicios: características y desafíos: <https://habilidadesdirectivas.espae.edu.ec/empresas-de-servicios-caracteristicas-desafios/>
- Conecta 361. (2023, febrero 12). *Estrategia de Precios: qué es y cómo elegir la mejor para tu negocio*. Retrieved mayo 15, 2023, from <https://conecta361.com/que-es-estrategia-de-precios/>
- Corvo, H. S. (2022, Mayo 26). *Lifeder*. Retrieved from Analisis Situacional: <https://www.lifeder.com/analisis-situacional/>

- Da Silva, D. (2020, 09 01). *Estrategia de marketing mix: qué son las 4 P's y cuáles son sus objetivos*. Retrieved 05 15, 2023, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/>
- Da Silva, D. (2021, agosto 25). *¿Tu empresa ya realiza postventa? Conoce todos los detalles sobre esta estrategia*. Retrieved mayo 16, 2023, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-la-postventa/#:~:text=La%20posventa%20es%20una%20estrategia,experiencia%20mejor%20y%20m%C3%A1s%20completa.>
- Diario La Hora*. (2022, Agosto 4). Retrieved from Quito tiene 770.000 perros vagabundos: <https://www.lahora.com.ec/pais/quito-770-mil-perros-vagabundos-control/>
- EAE Business School*. (2023, Marzo 07). Retrieved from Factores económicos de una empresa que deben tenerse en cuenta: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/factores-economicos-de-una-empresa-que-deben-tenerse-en-cuenta/#:~:text=Los%20factores%20econ%C3%B3micos%20de%20una,de%20sus%20objetivos%20de%20negocio.>
- Estivet. (2022, febrero 15). *Estiven clínica veterinaria*. Retrieved from Hiperapego en perros: cómo evitar que tu perro sufra con tu ausencia: <https://clinicaveterinariaestivet.com/2022/02/15/hiperapego-perros-evitar-sufrir-ausencia/>
- Expansion/Datosmacro. (2023, Marzo). *Datosmacro.com*. Retrieved from IPC de Ecuador: <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>
- Fuente, O. (2022, julio 13). *Iebschool*. Retrieved from Qué es un análisis DAFO: usos y ejemplos: <https://www.iebschool.com/blog/analisis-dafo-creacion-empresas/>
- Gómez, J. (2013). La importancia de los perros en la sociedad. *Revista Almiar*, 1.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico, DF: Editorial Mc Graw Hill. Retrieved 04 03, 2021, from https://drive.google.com/file/d/1OzAyRwb_hGWHFOuhs6iWpFv8bstIXLfs/view
- INEC. (2023, Enero). *INEC*. Retrieved from Boletín Técnico N°01-2023-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/enero/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_01-2023-IPC.pdf
- Ionos. (2020, Septiembre 02). *Startup Guide -IONOS*. Retrieved from Analisis PESTEL: [https://www.ionos.es/startupguide/gestion/analisis-pestel/#:~:text=Factores%20pol%C3%ADticos%20que%20pueden%20influir%20en%20la%20empresa,-Los%20factores%20pol%C3%ADticos&text=Orden%20econ%C3%B3mico%20de%20un%20pa%C3%ADs,Estabilidad%20del%20sistema%20pol%](https://www.ionos.es/startupguide/gestion/analisis-pestel/#:~:text=Factores%20pol%C3%ADticos%20que%20pueden%20influir%20en%20la%20empresa,-Los%20factores%20pol%C3%ADticos&text=Orden%20econ%C3%B3mico%20de%20un%20pa%C3%ADs,Estabilidad%20del%20sistema%20pol%20)
- Jesús, M. (2020). ← María Jesús, naturista del Portús. Viñeta 78Cariño y gratitud / Love and gratitude →. *EL PORTUS BLOG*, 1.

- Jorge Veiga de Cabo, E. d. (2008). *SCIELO*. Retrieved from https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2008000100011#:~:text=En%20los%20estudios%20descriptivos%2C%20el,en%20el%20tiempo%20se%20tratar%C3%A1.
- Ladoggueria. (2023). *Instagram*. Retrieved from Ladoggueria: <https://www.instagram.com/ladoggueriaec/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *MAKING DEVELOPMENT HAPPEN*. Retrieved from Impacto social del COVID-19 en: <https://www.oecd.org/dev/Impacto-social-COVID-19-Ecuador.pdf>
- Moraño, X. (2010, octubre 04). *Estrategias de Posicionamiento*. Retrieved mayo 16, 2023, from <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>
- Prado, J. (2021, Julio 06). *Noticiero Actualidad*. Retrieved from Más de 22.000 empresas desaparecieron por la pandemia en Ecuador: <https://www.dw.com/es/m%C3%A1s-de-22000-empresas-desaparecieron-por-la-pandemia-en-ecuador/a-58183852#:~:text=Coronavirus-,M%C3%A1s%20de%2022.000%20empresas%20desaparecieron%20por%20la%20pandemia%20en%20Ecuador,para%20el%20sector%20productivo%20nacional>.
- Primicias. (2023, Marzo 01). *Noticias Primicias*. Retrieved from Con riesgo país en 1859, Ecuador pagaría intereses de 22%: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-tensiones-politicas-guillermolasso/#:~:text=El%20riesgo%20pa%C3%ADs%20de%20Ecuador,13%20de%20octubre%20de%202022>.
- Retos directivos. (2022, Julio 26). *Business School*. Retrieved from Empresas de servicios: características, tipos y ejemplos: <https://retos-directivos.eae.es/empresas-de-servicios-tipos-y-caracteristicas/>
- Santander . (2022, Enero 13). *Santander/ Becas*. Retrieved from Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos: <https://www.becas-santander.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>
- Secretaría General del Consejo Metropolitano. (2021, Enero 01). *ORDENANZA METROPOLITANA No. 019 - 2020*. Retrieved from https://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Proyectos%20ordenanzas/9/ORD-019-2020-MET-FAUNA-URBANA.pdf
- Stepko, B. (2019). 7 maneras en las que un perro puede ser bueno para ti. *AARP*.
- Tapia, E. (2023, Abril 11). *PRIMICIAS*. Retrieved from FMI: PIB de Ecuador crecerá 2,9% en 2023 y el desempleo caerá: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/fmi-crecimiento-pib-ecuador->

