



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA  
PRIVADA “ZEGEL IPAE”  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN GESTIÓN CONTABLE,  
FINANCIERA Y TRIBUTARIA**

**PATITAS LIMPIAS  
SPA MOVIL DE MASCOTAS**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Gestión Contable,  
Financiera Y Tributaria**

**KATHERINE HUARACA DEL AGUILA  
(0000-0001-9065-5446)  
ANTOHANET VALDIVIA GUERRA  
(0000-0002-5913-8421)**

**Lima - Perú  
2022**



## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>Resumen ejecutivo .....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>7</b>
 <b>Capítulo 1: Identificación del problema u oportunidad</b>	
Selección del problema o necesidad a resolver.....	8
Validación del Problema.....	9
Descripción del cliente.....	14
 <b>Capítulo 2: Diseño del producto o servicio innovador</b>	
Aplicación de la metodología Desing Thinking.....	17
Características del producto o servicio innovador validado.....	21
 <b>Capítulo 3: elaboración del modelo de negocio</b>	
Definición de la propuesta de valor del negocio.....	23
Elaboración del lienzo de modelo de negocio.....	26
Descripción del prototipo de Lanzamiento .....	28
 <b>Capítulo 4: Validación del modelo de negocio</b>	
Aplicación de la metodología Lena Startup.....	32
Descripción del modelo de negocio validado.....	40
 <b>Capítulo 5: Análisis de la rentabilidad</b>	
Determinación del punto de equilibrio.....	42
Determinación de las necesidades de inversión.....	45
Evaluación económica y financiera.....	51
 <b>Conclusiones .....</b>	 <b>53</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>54</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>55</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>57</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla N°1: Elementos del Scamper .....17
- Tabla N°2: Principales ideas para prototipo de aplicación móvil..... 35
- Tabla N°3: Principales ideas para prototipo de spa-móvil de mascotas 37
- Tabla N°4: Opiniones de la prueba de prototipos Aplicación móvil y Spa móvil para mascotas .....39
- Tabla N° 5: Costos de arranque para Spa de mascota móvil ..... 45
- Tabla N° 6: Flujo proyectado – 1er mes ..... 48
- Tabla N° 7: Flujo proyectado -1er año ..... 49
- Tabla N° 8: Proyección de ventas 1era semana .....50
- Tabla N° 9: Proyección de ventas 1er mes ..... 50
- Tabla N°10: Resultado de la aplicación VAN ..... 51

## ÍNDICE DE FIGURAS

• Figura N° 1: Tenencia de mascotas .....	8
• Figura N° 2: Tipos de mascotas .....	8
• Figura N° 3 Población activamente económica .....	9
• Figura N° 4: Resultado encuesta – Tenencia de mascota .....	11
• Figura N° 5: Resultado encuesta – Rango de edades.....	11
• Figura N° 6: Resultado encuesta –actividad laboral .....	12
• Figura N° 7: Resultado encuesta –horas laborales.....	12
• Figura N° 8: Resultado encuesta –cantidad de mascotas.....	13
• Figura N° 9: Resultado encuesta –frecuencia de visita a veterinarias .....	14
• Figura N° 10: Mapa de empatía.....	16
• Figura N° 11: Scamper .....	17
• Figura N° 12: Modelo Externo Spa- móvil.....	20
• Figura N° 13: Modelo Interno Spa- móvil.....	20
• Figura N° 14: Resultado encuesta –Tentativa de venta de comida y souvenir..	22
• Figura N° 15 Organigrama.....	25
• Figura N° 16: Lienzo Canvas.....	27
• Figura N° 17: Pagina Web.....	28
• Figura N° 18: Banner publicitario.....	29
• Figura N° 19: Banner promocional.....	29
• Figura N° 20: Prototipo de interfaz de aplicativo móvil.....	30
• Figura N° 21: Prototipo interno del Spa móvil .....	31
• Figura N° 22 Elementos del Lean StarUp .....	32
• Figura N° 23: Malla receptora aplicación móvil.....	40
• Figura N° 24: Malla receptora Spa móvil.....	41
• Figura N° 25: Formula de punto de equilibrio.....	42
• Figura N° 26: Costos fijos .....	43
• Figura N° 27: Costos Variable.....	43
• Figura N° 28: Punto de equilibrio.....	43
• Figura N° 29: Precio de venta unitario .....	44
• Figura N° 30: Costo variable unitario.....	44
• Figura N° 31: Resultado de punto de equilibrio .....	44
• Figura N° 32: Simulación de préstamo financiero.....	47
• Figura N° 33: Resultado de la aplicación TIR.....	56

## RESUMEN EJECUTIVO

La llegada de la pandemia en el 2020, afectó severamente la estabilidad de un gran porcentaje empresas y personas. La imposición del confinamiento ocasionó una caída a nivel económico y laboral, además se vió afectada la salud mental de la población ocasionando un pánico colectivo. A pesar de ello en n el transcurso del año 2021 hasta el año actual el flujo económico de las empresas se ha recuperado progresivamente, así como la economía de las personas que forman parte de la población económicamente activa.

A pesar que ahora hay más accesibilidad a frecuentar lugares debido a inmunización de las vacunas, aún hay un grupo de personas que prefieren quedarse en casa, y otras han recurrido a tener más carga laboral con la finalidad de recuperar su economía. La gran mayoría de familias poseen mascotas en sus hogares, siendo los animalitos los más afectados por la pandemia. En tal sentido, pensando en el bienestar de ellos, se ha creado “PATITAS LIMPIAS”, un Spa móvil para mascotas, el cual brindará el servicio en la puerta del domicilio de los clientes ofreciendo confianza, seguridad, calidad y sobre todo ahorro de tiempo.

La propuesta de valor de “PATITAS LIMPIAS”, es cubrir la necesidad de ahorro de tiempo de los clientes que tienen mascotas, garantizándoles un buen servicio en su cuidado y aseo. La inversión de puesta en marcha es de S/ 55,000.00, 45% son aportes de socios, y 55% a través de financiamiento. Se proyecta que la rentabilidad para el primer año, estará representado como mínimo en el 10% de crecimiento, a través de la fidelización de clientes.

## INTRODUCCIÓN

Las personas del departamento de Lima, destinan gran parte de su tiempo diario a actividades laborales, lo cual genera que su agenda personal sea muy ajustada para el desarrollo de otras actividades. Estas personas de Lima Metropolitana, que tienen una agenda recargada, tienen mascotas a las que aman y por las cuales se preocupan, sin embargo no disponen del tiempo suficiente para llevarlas a una veterinaria, y por otro lado no confían en el trato que les dan a sus mascotas.

Ante esta problemática, se presenta el proyecto “Patitas Limpias” - Spá móvil de mascotas, con la finalidad de resolver el problema de tiempo de las personas que tienen mascotas las aman y se preocupan por su aseo personal y el buen trato con que son atendidas. “Patitas Limpias” – Spá móvil, cuenta con una unidad móvil acondicionada para estética y aseo de mascotas, que brinda el servicio a domicilio, el cliente puede ver el proceso de aseo a su mascota, teniendo la seguridad que está siendo atendida con amor y sin salir de casa.

## **CAPITULO I**

### **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.1 SELECCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER**

El problema que actualmente enfrentan todos los países del mundo, es la emergencia sanitaria, la misma que ha ocasionado el confinamiento de millones de personas y un cambio alarmante en la forma de vida y la economía global. Sin embargo, hoy en día después de grandes esfuerzos se ha logrado vivir una nueva normalidad, gracias a la accesibilidad a las vacunas, lo que ha permitido la apertura de los diversos negocios y con ello la reactivación económica, generando que las personas vuelvan a su rutina laboral, dedicando mayor horas de su tiempo al desempeño de su trabajo.

Un gran porcentaje de ese grupo de personas tienen mascotas, pero debido a la carga laboral y la agenda ocupada que manejan, no disponen del tiempo suficiente para llevarlas a una veterinaria y/o centro donde se encarguen del aseo y cuidados que estos necesitan; por eso como oportunidad de negocio se ha decidido crear el servicio de aseo y estética de mascotas móvil a domicilio

Pensamos en brindar con esta idea de negocio esa facilidad a los amantes de las mascotas que están comprometidos con las necesidades que requieren sus mascotas a través de un servicio personalizado de aseo y estética, además de ello lograr el ahorro del tiempo de las personas que es una pieza valiosa para ellos y sobre todo cuidar de su salud al evitar que se expongan al contagio del COVID-19.



De acuerdo a la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (CPI), las familias peruanas cuentan con entre 1 a 5 mascotas por hogar, teniendo mayor representatividad perros

Figura N° 1 Tenencia de mascotas



Fuente: CPI- Octubre 2018 / Muestra Estadística 1,531 hogares Figura N° 2

Tipos de mascotas



Fuente: CPI- Octubre 2018 / Muestra Estadística 1,531 hogares

## 1.2 VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

### 1.2.1 Hipótesis del problema

- ✓ **Rutina diaria:** La forma de vida de las personas de Lima normalmente es muy agitada, a pesar que en la actualidad se está saliendo lentamente de una emergencia sanitaria, las personas buscan recuperarse de la inactividad económica que ocasionó el confinamiento durante el año 2020 y parte del 2021, por ello, en el presente esto se ve reflejado en la recarga de trabajo y agendas recargadas. Se conoce que en el último trimestre del año 2021 la tasa de la PEA de Lima aumentó en un 12.7 % a comparación del 2020 (año de confinamiento).

Figura N° 3 Población activamente económica

Lima Metropolitana: Población ocupada, según sexo							
Trimestre móvil: Octubre-Noviembre-Diciembre 2019, 2020 y 2021							
(Miles de personas, variación absoluta y porcentual)							
Sexo	Trimestre móvil: Octubre-Noviembre-Diciembre			Variación			
	2019	2020	2021	2021 / 2019		2021 / 2020	
				Absoluta (Miles)	(%)	Absoluta (Miles)	(%)
	<b>Total</b>	5 014,8	4 355,8	4 909,3	- 105,5	- 2,1	553,5
<b>Sexo</b>							
Hombre	2 701,6	2 427,0	2 676,7	- 24,9	- 0,9	249,7	10,3
Mujer	2 313,2	1 928,9	2 232,6	- 80,6	- 3,5	303,7	15,8

Fuente: Instituto Nacional de estadística e informática –Encuesta Permanente de empleo

- ✓ **Responsabilidad del cuidado de sus mascotas:** Las personas que aman a sus mascotas, sienten la responsabilidad de velar por el cuidado que sus mascotas necesiten, pero al no tener el tiempo necesario, buscaran alternativas que ayuden a cumplir con esta responsabilidad que tienen con sus mascotas.

### **1.2.2 Método de validación**

Se realizó una encuesta entre preguntas abiertas y cerradas para poder validar el problema. Esto consta de 15 preguntas (Ver anexo).

Las personas encuestadas forman parte de nuestro público y poseen las siguientes características como:

- Ser una persona económicamente activa.
- Tener mascotas
- Edades desde 24 a más.
- Tener un estilo de vida muy apremiante y con poco tiempo disponible.
- Personas económicamente independientes.
- Personas que interactúen en su quehacer diario con los medios digitales usados actualmente.

### **1.2.3 Objetivo de validación**

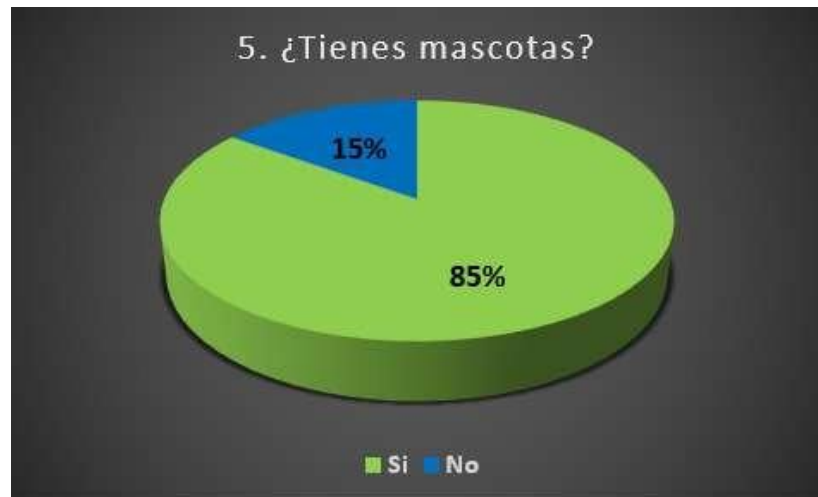
Se realizaron 40 encuestas de las cuales 34 respuestas fueron fundamentales para la validación del problema.

### **1.2.4 Solución de problema**

- ✓ De las 40 encuestas, el 85% representado por 34 encuestas fueron considerados para ser parte de la validación del problema ya que estas,

son personas que tienen mascotas por ende sus respuestas son fundamentales ya que forman parte de nuestro público objetivo.

Figura N° 4: Resultado encuesta – Tenencia de mascota



Fuente: Elaboración propia (2022)

- ✓ El porcentaje más fuerte de nuestro público objetivo se centra más en jóvenes entre 25 y 30 años de edad, por lo que son una parte de la población económicamente activa.

Figura N° 5: Resultado encuesta – Rango de edades



Fuente: Elaboración propia (2022)

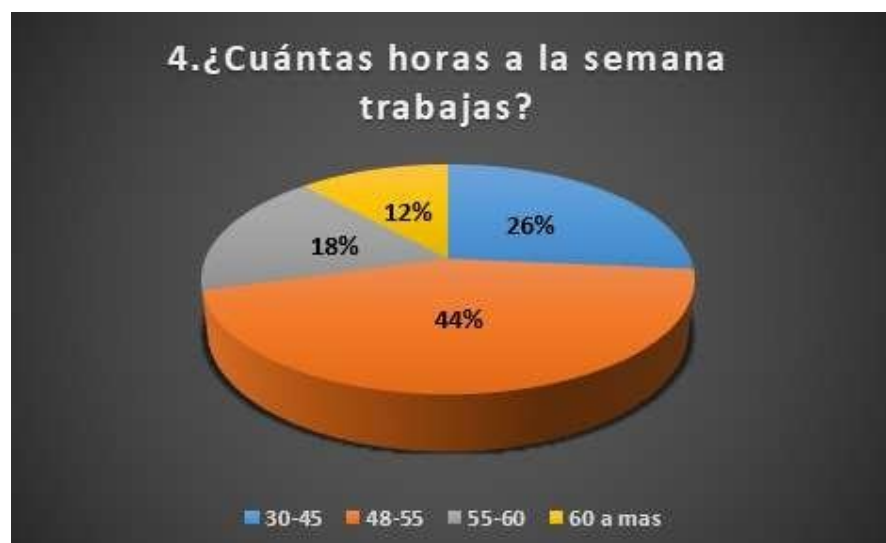
- ✓ De las 34 personas encuestadas, el 100% son personas que trabajan de las cuales consta que todos tienen un nivel de educación superior. De acuerdo en las encuestas , también se obtuvo que el rango de horas laborales que ejecutan más es de 48 a 55 horas representado un 44% consecuente de la respuesta de 15 personas.

Figura N° 6: Resultado encuesta –actividad laboral



Fuente: Elaboración propia (2022)

Figura N° 7: Resultado encuesta –horas laborales

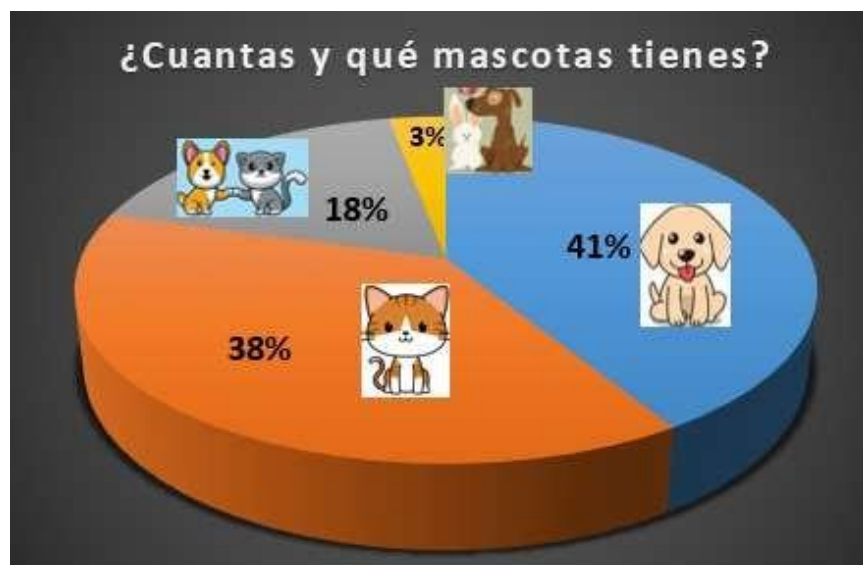


Fuente: Elaboración propia (2022)

De las 34 personas, 14 personas solo tienen perros, 13 personas tienen solo gato, 6 personas tienen gatos y perros y 1 persona tiene perro y conejo. De las cuales el 35% llevan a sus mascotas a su aseo y estética 1 vez al mes, el 18% los lleva 2 veces al mes, el 23.5% cada 2 meses, al igual que la cantidad de cada 3 meses.

Figura N° 8: Resultado encuesta –cantidad de mascotas

Mascotas	Cantidad
Perro	14
Gato	13
Perro y Gato	6
Perro y conejo	1



Fuente: Elaboración propia (2022)

Figura N° 9: Resultado encuesta –frecuencia de visita a las veterinarias



Fuente: Elaboración propia (2022)

### 1.3 DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE

- ✓ Personas que tienen mascotas y tienen un estilo de vida agitado.
- ✓ Personas que tienen mascotas y poseen la disponibilidad económica, pero tienen temor de exponerse a contagiarse del virus que se está enfrentando mundialmente en la actualidad.
- ✓ Personas que han convertido a sus mascotas en un miembro más de la familia.
- ✓ Personas que se preocupan de que sus mascotas estén siempre aseadas y limpias.
- ✓ Personas que, a pesar de tener un pequeño tiempo libre, prefieren usarlo en realizar en otras actividades.

- ✓ Personas que tengan una agenda ocupada que no les permita llevar a sus mascotas al veterinario para su respectivo aseo.

## **MAPA DE EMPATÍA**

- ✓ **¿Qué es lo que piensa y siente?**

Es importante reconocer las principales preocupaciones del cliente, sus inquietudes y lo que siente respecto a sus necesidades no atendidas y las características que está buscando en un producto y/o servicio.

- ✓ **¿Qué es lo que ve?**

Permite conocer a través de la observación del cliente, qué problemas no han sido resueltos, lo cual es una información de primera mano y útil que formará parte de la estrategia como un valor a nuestro producto y/o servicio. Además el cliente también observa en su entorno social, amical y de trabajo posibles alternativas de solución que hay en su entorno, lo que permite conocer los principales competidores.

- ✓ **¿Qué es lo que escucha?**

Las quejas y/o recomendaciones llegan con facilidad a los clientes, por lo que esta también es otra fuente de información valiosa que se debe incluir para no cometer el mismo o error o mejorar alguna cualidad resalante.

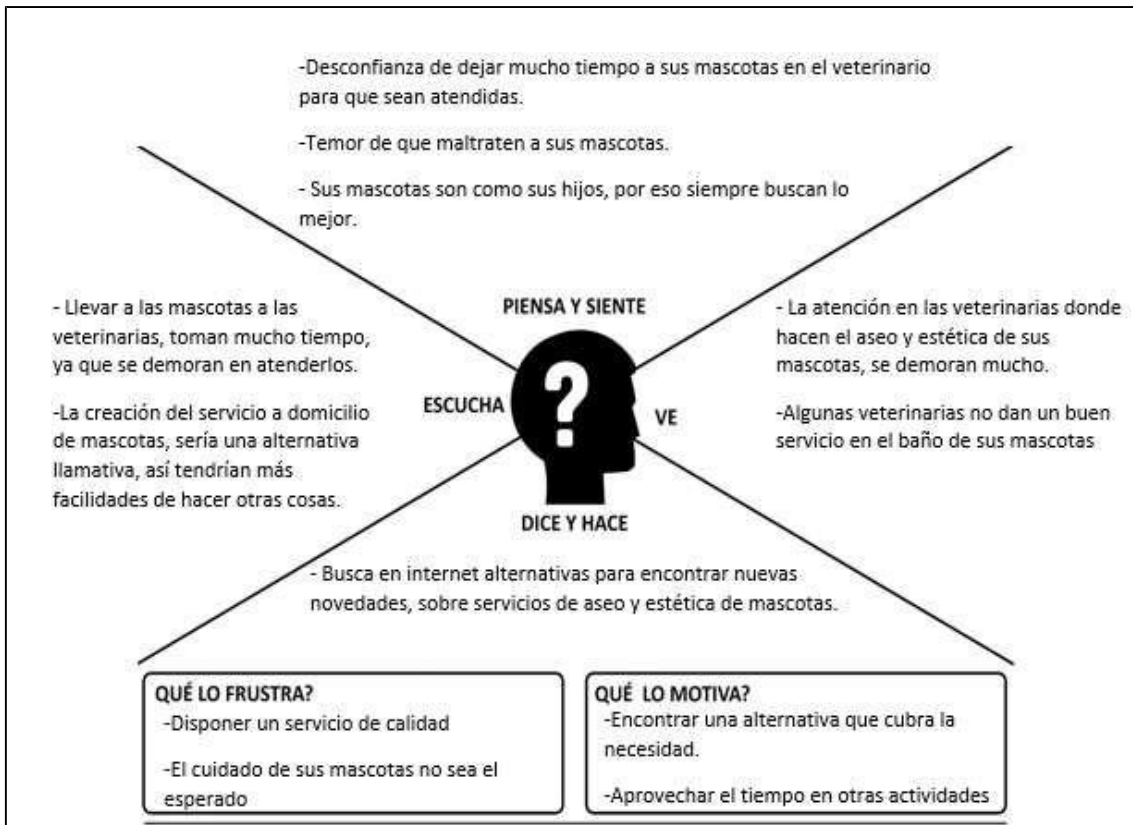
- ✓ **¿Qué es lo que dice y hace?**

Qué es lo que el cliente opina respecto a los problemas sin solución, o de las diversas alternativas que ha encontrado a lo largo de su búsqueda, qué hace frente a ello. Los productos y/o servicios son de su



agrado, qué acciones toma para resolver su necesidad. Estas son algunos aspectos que sirven para mejorar el producto y/o servicio final.

Figura N° 10: Mapa de empatía



Fuente: Elaboración propia (2022)

## CAPITULO 2

### DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR

#### 2.1 APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DESING THINKING

Figura N° 11: Scamper



Fuente: Elaboración Propia Tabla 1:

Elementos del Scamper

<b>SUSTITUIR</b>	Servicio de baño de mascota a domicilio. -Servicio médico de mascotas a domicilio.
<b>COMBINAR</b>	-Venta de comida de mascotas -Venta de souvenir -Placas de mascotas -Venta de medicina
<b>ADAPTAR</b>	-Simulación de la fachada de la movilidad de un spa canino.

<b>MODIFICAR</b>	-Plantear una nueva forma para agendar una cita, a través de una plataforma digital- App móvil.
<b>PONERLO EN USO</b>	-Realizar el servicio de baño como única actividad del negocio, con servicio de recojo y retorno a domicilio de la mascota.  -Alquiler de la movilidad para el sector público y privado para Campaña de desparasitación, Campaña de esterilización, campaña antirrábica, entre otros.
<b>ELIMINAR</b>	-Una alternativa para que la idea de negocio despegue, es mantener el servicio de baño a mascotas eliminando la opción de brindar este servicio a domicilio pero cubriendo la necesidad de ahorro de tiempo de los clientes que tienen mascotas y buscan su cuidado y asea; mediante el servicio de baño de mascotas pero incluyendo el recojo y retorno de la mascota a domicilio.
<b>REEMPLAZAR</b>	-El Servicio de baño de mascotas a domicilio por el servicio de desparasitación, esterilización, corte de garritas, etc. a domicilio.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### SCAMPER APLICADO A “PAITITAS LIMPIAS”

#### ✓ SUSTITUIR

Se plantea sustituir que si el servicio de baño de mascota a domicilio, no tiene la suficiente acogida, la empresa podría cambiar al Servicio médico de mascotas a domicilio.

✓ **COMBINAR**

Patitas Limpias, propone como estrategia para captar nuevos cliente, combinar el servicio de baño a domicilio y la venta de comida de mascotas, venta de souvenir, placas y venta de medicina, para mascotas

✓ **ADAPTAR**

Se busca, acondicionar el trailer tanto internan y extarnamente para que tome la aparaciendica de un spá para mascotas.

Simulación de la fachada de la movilidad de un spa canino.

✓ **MODIFICAR**

Las citas se agendarán por la aplicación móvil propia de la empresa.

✓ **PONER EN USO**

Realizar el servicio de baño como única actividad del negocio, con servicio de recojo y retorno a domicilio de la mascota.

Alquiler de la movilidad para el sector público y privado para Campaña de desparasitación, Campaña de esterilización, campaña antirrábica, entre otros.

✓ **ELIMINAR**

Una alternativa para que la idea de negocio despegue, es mantener el servicio de baño a mascotas eliminando la opción de brindar este servicio a domicilio pero cubriendo la necesidad de ahorro de tiempo de los clientes que tienen mascotas y buscan su cuidado y asea; mediante el servicio de baño de mascotas pero incluyendo el recojo y retorno de la mascota a domicilio.

✓ **REEMPLAZAR**

El Servicio de baño de mascotas a domicilio por el servicio de desparasitación, esterilización, corte de garritas, etc. a domicilio

Figura N° 12: Modelo Externo Spa- móvil



Fuente: Elaboración Propia (2022) Figura

N° 13: Modelo Interno Spa- móvil



Fuente: Pinterest

## 2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO INNOVADOR

La creación de este negocio, se concentra en el servicio de aseo y estética móvil para las mascotas, esto comprende:

- ✓ Baños medicados
- ✓ Corte de pelo
- ✓ Corte de garritas
- ✓ Limpieza de oídos
- ✓ Limpieza de glándulas anales
- ✓ Desparasitación

Para realizar este servicio, se usará insumos de buena calidad para realizar el baño, además de ello la unidad móvil estará ambientada e implementada con los espacios, máquinas y accesorios necesarios para realizar el trabajo.

El tiempo del servicio que se les brindará, dependerá del tamaño, raza de sus mascotas además de ello, también dependerá de los servicios que soliciten realizar en sus mascotas, el objetivo es brindar un servicio de calidad de manera eficaz y eficiente en un corto tiempo.

Como actividad adicional, el delivery de venta de alimentos y souvenir para mascotas sería implementada, debido a que de acuerdo a las encuestas realizadas el 91%, aprueban la idea de adicionar esta actividad, ya que les ayudaría en ahorrar tiempo.

Figura N° 14: Resultado encuesta –Tentativa de venta de comida y souvenir



Fuente: Elaboración propia

Brindar estos servicios cubre la necesidad de ahorro de tiempo, para que las personas tengan la facilidad de realizar otras actividades, además de ello aliviar la preocupación del trato hacia sus mascotas cuando los dejan por mucho tiempo en el veterinario, ya que nuestro servicio estará brindándose en una unidad móvil adecuada, que estará a un paso de la puerta de su domicilio por consecuente los dueños estarán muy cerca de sus mascotas, también se cubre la necesidad del tiempo que invierte en la compra de accesorios, alimentos a sus mascotas; sobre todo cuidamos de la salud de nuestros clientes para que no se expongan ante el virus del covid-19 y sus variantes.

## CAPITULO 3

### ELABORACION DEL MODELO DE NEGOCIO

#### 3.1 DEFINICIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR DEL NEGOCIO

Cubrir la necesidad de ahorro de tiempo de los clientes que tienen mascotas, garantizándoles un buen servicio en su cuidado y aseado; de esta manera nos convertiremos en su aliado estratégico, en quien las personas que aman a sus mascotas confíen plenamente para brindarle las atenciones y cuidados que ellos necesitan.

##### 3.1.1 MISION, VISION Y VALORES

- ✓ **Misión:** Ser un aliado estratégico, en quien las personas que aman a sus mascotas confíen plenamente para brindarle las atenciones y cuidados que ellos necesitan, cuando no dispongan de tiempo.
- ✓ **Visión:** Ser un referente de confianza, excelente servicio y dedicación por las mascotas, siendo la mejor opción para nuestros clientes cuando de cuidar a sus mascotas se trate.
- ✓ **Valores:** Responsabilidad, compromiso, confianza, excelencia y profesionalismo

##### 3.1.2 FODA

###### **Fortalezas:**

- ✓ Personal capacitado con experiencia en baños y estética de mascotas.
- ✓ Contar con diversas plataformas que le permitirá al cliente en agendar una cita en cualquier horario de manera rápida y en tiempo real.



- ✓ Contar con un vehículo ambientado para el aseo de las mascotas a domicilio, que nos permitirá cubrir las necesidades de nuestros clientes.
- ✓ Cultivar los valores de responsabilidad, puntualidad, honestidad y amor por las mascotas.

**Debilidades:**

- ✓ No contar con un lugar propio para estacionar el carro.
- ✓ Falta de un plan de contingencia adecuado ante posibles riesgos que se presenten en la empresa.
- ✓ Riesgo de que la movilidad sufra desperfectos que no permita atender las citas programadas.

**Oportunidades:**

- ✓ Las personas que aman a sus mascotas invierten en ellas tanto en salud, aseo y estética.
- ✓ Somos el único emprendimiento brinda el servicio móvil a domicilio de baño y estética de mascota hasta la puerta del cliente.
- ✓ El vehículo podrá ser alquilado tanto al sector público, como a empresas del sector privado que realicen campañas u actividades relacionadas al rubro veterinario y/o animalista.

**Amenazas:**

- ✓ Un alto índice de aceptación y arraigo por parte de los clientes, referente a la preferencia por los servicios de baño de mascotas en lugares tradicionales como las veterinarias.

- ✓ Falta de fiabilidad de los futuros clientes debido a que somos una empresa nueva en el mercado.
- ✓ Personas que se dedican al baño de mascotas a domicilio
- ✓ Clientes que opten por otras alternativas de baño y cuidados de sus mascotas, influenciado por un menor precio y no por la calidad.

### 3.1.3 ORGANIGRAMA

La empresa “Patitas limpias”, por ser un emprendimiento nuevo en el mercado, contará solo con el personal indispensable para realizar el servicio de aseo y estética de mascotas a domicilio.

Figura N° 15: Organigrama

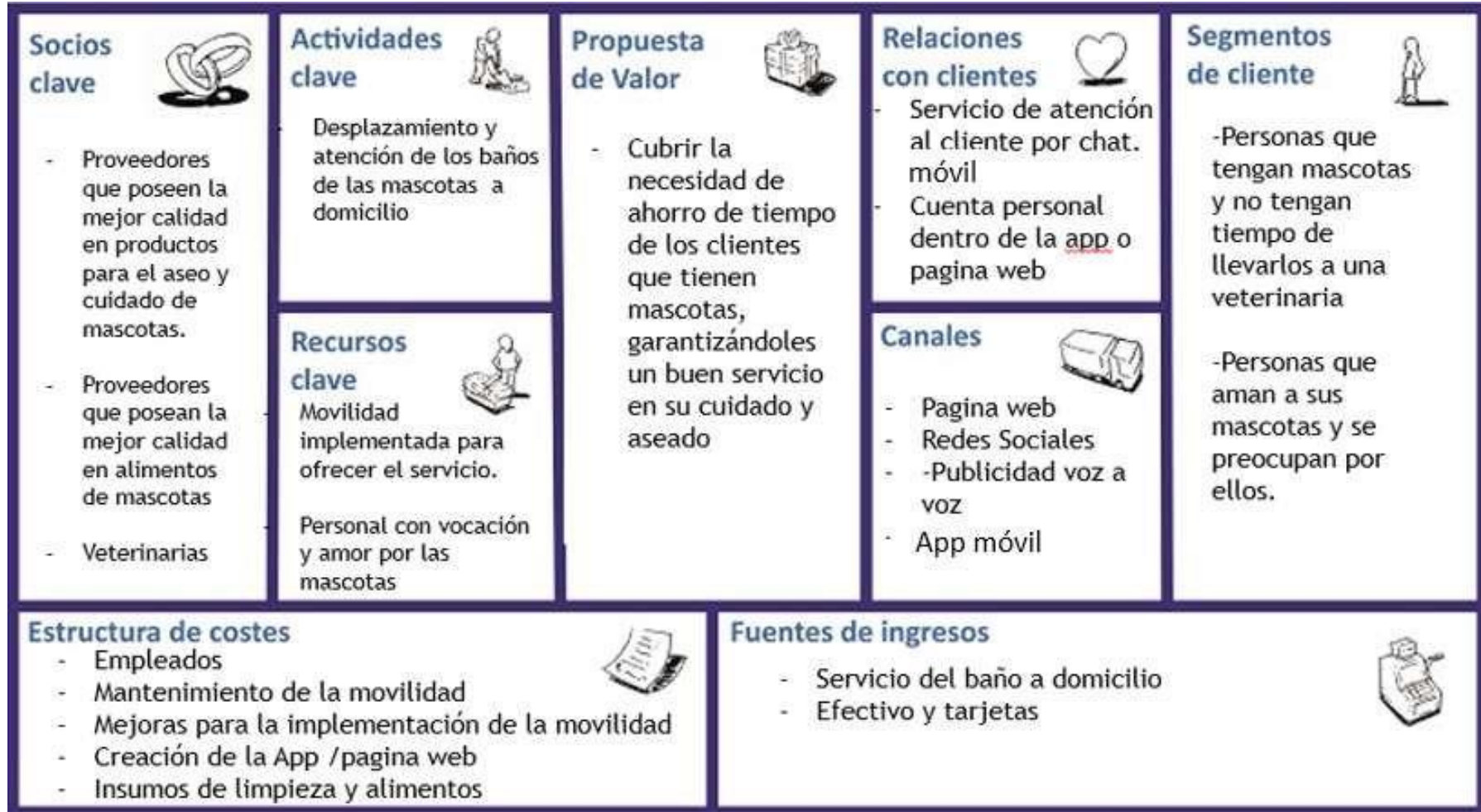


Fuente: Elaboración propia

### 3.2 ELABORACIÓN DEL LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

- ✓ **Socios claves:** Las alianzas estratégicas que ayudarán al negocio a crecer será trabajar con los proveedores que poseen la mejor calidad en productos de aseo y alimentos para las mascotas. Además de ello trabajar con las veterinarias nos ayudará en conocer más sobre mascotas y ante cualquier consulta estos nos puedan orientar.
- ✓ **Actividades claves:** Realizar el servicio de los baños de las mascotas desplazándolos a domicilio del cliente.
- ✓ **Propuesta de valor:** Nuestro compromiso es que nuestros clientes que tienen mascotas puedan ahorrar tiempo garantizándoles un buen servicio en el aseo y cuidado de sus mascotas.
- ✓ **Relaciones con clientes:** Para poder conectarnos y estar más cerca de nuestros clientes, el servicio de atención se dará a través del móvil, por whatsapp, página web y App móvil.
- ✓ **Segmentos de clientes:** Nuestro segmento de clientes son personas que tengan mascotas y no tengan tiempo de llevarlos a una veterinaria.
- ✓ **Canales:** Para poder llegar a más clientes, nuestro canales para que puedan interactuar con Patitas Limpias serán a través de la página web, redes sociales, publicidad voz a voz y App móvil.
- ✓ **Estructura de Costes:** Nuestra estructura se basará en los empleados, el mantenimiento y mejoras de la movilidad, insumo de limpieza y alimentos y la App móvil.
- ✓ **Fuentes de ingresos:** Se obtendrá ingresos a través de servicio del baño a domicilio y cobro se realizará a través de efectivo y tarjetas.

Figura N° 16: Lienzo Canvas



Fuente: Elaboración propia

### 3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROTOTIPO DE LANZAMIENTO

Para dar a conocer “Patitas Limpias” a nuestro público, una estrategia de los prototipos de lanzamiento sería a través de las siguientes opciones:

- ✓ **Página Web:** A través de esta plataforma se le dará a los clientes una manera más de visibilizar nuestro servicio y productos, promociones, entre otros; otorgándoles la facilidad a que tomen el tiempo necesario de explorar lo que Patitas Limpias ofrece.

Figura N° 17: Pagina Web



Fuente: Elaboración propia (2022)

- ✓ **Banner Publicitario:** A través de este formato, se dará a conocer el servicio que Patitas limpias ofrece para las mascotas y además de ello mostrar parte de nuestro compromiso que es cuidar la salud a nuestro cliente ante el estado de emergencia que se está viviendo.

Figura N° 18: Banner publicitario



Fuente: Elaboración propia (2022)

- ✓ **Banner Promocional:** A través de este formato, se generará reconocimiento de Patitas Limpias y sobre todo atraer tráfico hacia el sitio web y así nuestros clientes nos conozcan más, aprovechen las promociones y así conozcan Patitas Limpias.

Figura N° 19: Banner promocional



Fuente: Elaboración propia (2022)

- ✓ **Aplicación móvil:** A través de este medio se busca, brindar facilidades a nuestros usuarios, ya que las aplicaciones son las más usadas en la actualidad por el motivo que son más sencillos de manejar.

Figura N° 20: Prototipo de interfaz de aplicativo móvil



Fuente: Elaboración propia (2022)

- ✓ **Vista Interna del Spa móvil:** Se realiza un bosquejo de la distribución que deberá tener el Spa móvil para mascotas, el cual contará con espacios esenciales como el área de baño, área de secado, además de brindar al dueño de la mascota la posibilidad de ser espectador del servicio y atención que recibe su amigo de cuatro patas, por lo que el Spa móvil tendrá habilitada dos ventanas amplias.

Figura N° 21: Prototipo Interno del Spa móvil



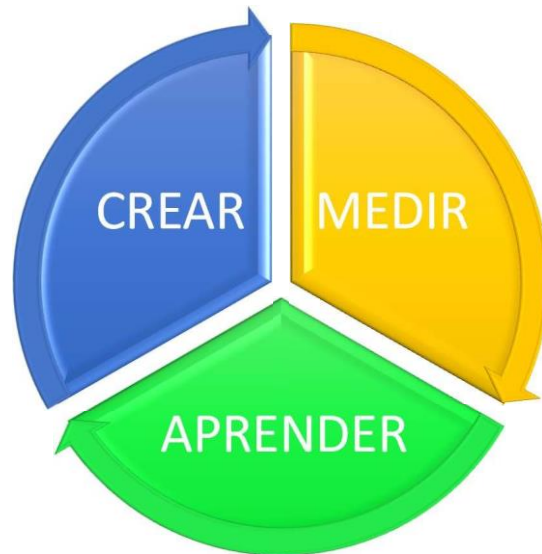


## CAPITULO 4

### VALIDACION DEL MODELO DE NEGOCIO

#### 4.1 APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN STARTUP

Figura N° 22: Elementos del Lean StarUp



Fuente: Elaboración propia (2022)

✓ **Primera fase del ciclo - “CREAR”**

“Patitas Limpias”, nace de la necesidad de las personas que tienen mascotas, las aman, se preocupan por su aseo y bienestar, pero no tienen disponibilidad de tiempo para llevarlas a una veterinaria.

“Patitas Limpias”, cuenta con un Spa Móvil que llega hasta el domicilio de cada cliente para brindar el aseo y cuidado de las mascotas, sin salir de casa.

✓ **Segunda fase del ciclo - “MEDIR”**

Con la finalidad de conocer la apreciación y la predisposición de la población, de tomar nuestro servicio, realizamos 34 encuestas, compuestas por 15 preguntas, a personas que tuvieran una o más mascotas en casa.

✓ **Tercera fase del ciclo - “APRENDER”**

De las respuestas obtenidas a las personas encuestadas, se identificó que el 85% tiene una agenda muy ajustada y estaría dispuesto a tomar el servicio de “Patitas Limpias”.

**4.1.1 Situación problemática a solucionar:**

Las personas que tienen mascotas, las aman, se preocupan por su aseo y bienestar, pero tienen una agenda muy recargada, que no les permite el tiempo suficiente, para llevar a sus mascotas a una veterinaria tradicional o asearlos personalmente en casa.

**4.1.2 Hipótesis cliente – solución validada:**

**Necesidad a confirmar**

Las personas que tienen una o más mascotas en casa, las aman, se preocupan por su aseo y bienestar, pero tienen poco tiempo disponible o no tienen tiempo disponible, prefieren tomar el servicio de baño y estética a domicilio, puesto que ahorran tiempo y además pueden observar el trato que reciben sus mascotas.

**4.1.3 Identificación de los indicadores clave (KPI):**

- **Específico:** el servicio prestado por el negocio, logra cubrir y satisfacer la demanda y necesidad de las personas que tienen mascotas, pero no disponen de tiempo para su aseo y cuidado.
- **Medible:** Se espera que, en un periodo no mayor a 6 meses, se pueda conocer el índice de crecimiento y aceptación del servicio en el mercado, tomando como referencia la cantidad de clientes fidelizados y nuevos clientes.
- **Alcanzable:** Se proyecta que, en el primer semestre del inicio de actividades, las ventas se hayan incrementado un 50%.
- **Relevante:** Concretar alianzas con las Municipalidades de los distritos de Lima, trabajando de la mano en campañas referente a la actividad del negocio, que permitan demostrar las principales cualidades del servicio, a fin de ganar presencia en el mercado y lograr un crecimiento progresivo.
- **En tiempo:** Se planifica que Patitas Limpias logre fidelizar el primer año el 10% de sus clientes.

#### **4.1.4 Técnica de experimentación e instrumentos de medición**

##### **4.1.4.1 Experimentación**

Como técnica de experimentación se eligió el “**Prototipar**”, puesto que a través de la aplicación del modelo base de diseño, permitirá conocer la utilidad, viabilidad, funcionalidad y aceptación en el público objetivo.

#### 4.1.4.2 Medición

Como técnica de medición se eligió la “**Evaluación**”, ya que esta permite conocer de manera temprana y oportuna los principales problemas del diseño, con la finalidad de mejorar y optimizar la capacidad funcional en la aplicación del producto final.

#### ¿A través de qué medio te gustaría agendar una cita o hacer consultas?

Tabla N°2: Principales ideas para prototipo de aplicación móvil

<p><b>PROTOTIPAR</b></p>	<p>Elaboración del prototipo de la Aplicación móvil utilizada para pedir el servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaboración de un prototipo sencillo, amigable y fácil de entender por personas de todas las edades.</li> <li>-Contenido, uso de palabras familiares, que inspiren confianza.</li> <li>-Color, tonalidades suaves e imágenes que transmitan compromiso y amor por las mascotas.</li> </ul>
--------------------------	--	--

		-Primera prueba piloto, sujeta a mejoras y/o cambios
<b>EVALUAR</b>	Los clientes usan el prototipo de la aplicación móvil	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Poner a prueba.</li> <li>- 5 personas del público objetivo navegan e interactúan con la App.</li> <li>- Escuchar atentamente las apreciaciones y propuestas del público objetivo.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia (2022)

**¿Te gustaría que nuestro carrito-spa de baño y estética para mascotas, fuera a tu domicilio?**

Tabla N°3: Principales ideas para prototipo de spa-móvil de mascotas

<p><b>PROTOTIPAR</b></p>	<p>Elaboración del prototipo del Spa-Móvil para mascotas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración del boceto, tanto de la vista interior y exterior del Spa-Móvil para mascotas.</li> <li>- Ambiente sencillo y acogedor para las mascotas.</li> <li>-Colores, tonalidades suaves e imágenes que transmitan compromiso y amor por las mascotas.</li> <li>-Primera prueba piloto, sujeta a mejoras y/o cambios.</li> </ul>
<p><b>EVALUAR</b></p>	<p>Los clientes observan el bosquejo del Spa-Móvil</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 personas del público objetivo, opinan sobre las principales características y puntos débiles del diseño del Spa-Móvil para mascotas.</li> <li>- Escuchar atentamente las apreciaciones y propuestas del público objetivo.</li> </ul>

#### **4.1.4.3 Ejecución de la técnica de experimentación:**

Con la finalidad de lograr un diseño preciso y funcional que satisfaga las necesidades del público objetivo, se ponen a prueba los prototipos del Spa Móvil y la aplicación móvil.

- ✓ Se eligió a 5 personas al azar de la muestra de 34 encuestados.
- ✓ Se somete a prueba los prototipos Spa-Móvil y aplicación-Móvil.
- ✓ Se recoge las opiniones acerca de lo bueno, respecto a los prototipos.
- ✓ Se realiza una escucha activa de las principales mejoras que podrían aplicarse a los prototipos.

Tabla N°4: Opiniones de la prueba de prototipos Aplicación móvil y Spa móvil para mascotas

ENTREVISTADOS		PROTOTIPO APLICACIÓN MÓVIL		PROTOTIPO SPÁ – MÓVIL	
N°	Datos del usuario	Puntos a favor	Puntos en contra	Puntos a favor	Puntos en contra
1	Luis Alva (45 años)	Interfaz sencilla	Debería informarse de los horarios disponibles.	Práctico	Me gustaría ver, que trato le dan a mi mascota
2	Edith Huayta (32 años)	Claro y preciso, entendible	No hay un calendario de citas.	Suficiente para el aseo de mascotas.	¿Cuentan con suficiente agua para bañar a tantas mascotas?
3	José Cantalicio (39 años)	Ambiente familiar, fácil de usar	¿Cómo podría cancelar mi cita? ¿Hay penalidad?	Al parecer tiene todo lo necesario.	Debería tener ventanas
4	Mónica Vallejos (42 años)	Transmite calidez	No indica la tarifa de delivery.	No tengo que salir de casa.	Podría tener ventilación
5	Jose Luis Rodriguez (39 años)	Muy básico	Necesita brindar más información.	Se ve acogedor.	¿El ambiente alcanza para dejar varias mascotas?

Fuente: Elaboración propia (2022)



Mediante el cuadro resumen, se muestra las principales características, que son aprobadas por los encuestados acerca de la interfaz del prototipo de la aplicación móvil, y de la funcionalidad e implementación del del Spá Móvil para mascotas. Además el cuadro resumen también muestra las observaciones y aportes, respecto a ideas de posibles cambios y aplicación de mejoras, de acuerdo a la retroalimentación recibida de los encuestados.

#### 4.2 DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO VALIDADO

Para la realización del concierne Producto Mínimo Viable - MVP, se aplicó el método de la malla receptora, a través de la cual se recoge las principales apreciaciones de las 5 personas a las cuales se le mostró los prototipos de la aplicación móvil y el Spa-Móvil.

Figura N° 23: Malla receptora aplicación móvil



Fuente: Elaboración propia (2022)

Figura N° 24: Malla receptora Spá móvil



Fuente: Elaboración propia (2022)

De las observaciones y opiniones recogidas, se realiza el análisis de los puntos más resaltantes que han causado impacto y aceptación de los encuestados, buscando fortalecerlos. Además de analiza con mucho cuidado las ideas de mejora que los encuestados han sugerido, con la finalidad de adaptar e implementar las ideas que sean factibles y/o viables tanto para el Spá móvil de mascotas y la aplicación móvil.

## CAPITULO 5

### ANÁLISIS DE LA

### RENTABILIDAD

#### 5.1 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite a las empresas que están iniciando un proyecto o emprendimiento, conocer cuál será la rentabilidad de la puesta en marcha de la misma. El punto de equilibrio, es una técnica que permite conocer cuántas unidades se necesita vender para no ganar ni perder y a partir de cuantas unidades la empresa genera rentabilidad.

#### Fórmula del Punto de Equilibrio

Figura N° 25: Formula de punto de equilibrio

$PE = \frac{\text{TOTAL C.F.}}{P.V.U - C.V.U}$ <p style="text-align: center;"> <b>C.F :</b> Costo fijo  <b>P.V.U :</b> Precio de venta unitario  <b>C.V.U:</b> Costo de venta unitario         </p>
---

Fuente: Elaboración propia (2022)

A fin de definir y conocer, cuántas unidades necesitamos vender para cubrir los costos fijos y variables, y que los ingresos sean iguales a nuestro ingreso, sin generar ni pérdida y/o utilidad, “Patitas Limpias” aplicó el método de equilibrio, representada de la siguiente manera:

Figura N° 26: Costos fijos

<b>COSTO FIJO</b>	
Sueldo	S/. 2,790.00
Internet	S/. 65.00
Publicidad	S/. 1,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 3,855.00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

El costo fijo de “Patitas Limpias”, equivale a un total de S/ 3,855.00.

Figura N° 27: Costos Variable

<b>COSTO VARIABLE</b>	
combustible	S/. 600.00
Productos de aseo para mascotas	S/. 400.00
Agua	S/. 100.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 1,100.00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

El costo variable de “Patitas Limpias”, equivale a un total de S/ 1,100.00.

### 5.1.1. Cálculo del punto de equilibrio

Figura N° 28: Punto de equilibrio

$$PE = \frac{\text{TOTAL C.F.}}{\text{P.V.U.} - \text{C.V.U.}}$$

## ✓ Cálculo de Precio Unitario

Figura N° 29: Precio de venta unitario

<b>Precio de venta por unidad</b>	
Venta mensual	S/. 9,600.00
Cantidad de servicios vendidos	192
<b>P.V.(unidad)</b>	<b>S/. 50.00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

## ✓ Cálculo de Costo Unitario

Figura N° 30: Costo variable unitario

<b>Costo variable unitario</b>	
Costo variable total	S/. 1,100.00
Cantidad de servicios vendidos	192
<b>C.V.(unidad)</b>	<b>S/. 5.73</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

**5.1.2 Resultado De Punto De Equilibrio**

Figura N° 31: Resultado de punto de equilibrio

PE =	$\frac{3,855}{S/ 50 - S/ 5.73}$
<b>PE =</b>	<b>87</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

Del resultado obtenido del cálculo del punto de equilibrio, se conoce que “Patitas Limpias”, debe vender 87 servicios de aseo de mascotas, lo cual le permitirá cubrir sus gastos fijos y variables, además de no generar pérdidas.

## 5.2 DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INVERSIÓN

### 5.2.1 Costos de arranque

Tabla N° 5: Costos de arranque para Spa de mascota móvil

<b>Acondicionamiento de carrito</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio S/</b>
Ploteado	1	3000.00
Acoplado	1	8000.00
therma	1	700.00
Tanque de agua	1	600.00
Transformador de voltaje	1	2000.00
Total		14300.00
<b>Utiles de aseo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio S/</b>
manguera- 50 metros	1	211.00
escoba	2	24.00
recogedores	6	16.00
trapeadores	6	20.00
ambientador	1	27.00
detergente 8 Kg	2	64.00
guantes	2	24.00
pañitos	36	36.00
baldes 15 Lt	2	24.00
tacho de basura 54 Lt	1	80.00
Total		526.00

Fuente: Elaboración propia (2022)

<b>Instrumentos de trabajo del personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio S/</b>
maskarillas KN95	1000	150.00
mandiles de ule	2	120.00
botas de ule	2	180.00
guantes de nitrilo	2	190.00
Total		640.00
<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio S/</b>
cortauñas	1	50.00
Sopladora secadora	1	380.00
maquina afeitadora	1	200.00
tijeras para garras	1	90.00
peines	3	20.00
toallas	10	150.00
cepillo	3	20.00
Total		910.00
<b>Suministros para aseo de mascotas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio S/</b>
Shampoo	1	55.00
Acondicionadores	1	50.00
perfumes	1	40.00
gel intimo para mascotas	1	60.00
gel para limpieza oidos	1	60.00
hisopos especiales	1	10.00
algodón	1	10.00
lazos y corbatas	100	100.00
limas	3	50.00
Total		435.00
<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio S/</b>
Silla	1	80.00
Perchero	1	20.00
pocket	1	120.00
celular	1	900.00
Total		1120.00
<b>Otros gastos</b>		<b>Precio S/</b>
combustible		500.00
seg.vehicular		1300.00
soat		250.00
Aplicación		4000.00
Total		6050.00
<b>TOTAL COSTOS DE ARRANQUE</b>		<b>23,981.00</b>

Para el inicio de actividades la empresa “Patitas Limpias”, necesita un capital monetario ascendente a la suma de S/ 23, 981.10, el cual cubrirá los gastos necesarios que permitan poner en marcha el emprendimiento. Por otro lado, los socios han decidido solicitar un préstamo financiero al Banco BBVA por S/ 30,000.00, el cual se fraccionará en 36 cuotas mensuales, a una TCEA de 10.652196%.

Figura N° 32: Simulación de préstamo financiero



Fuente: Simulador financiero BBVA

### 5.2.2 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es una herramienta de vital importancia, que permitirá a la empresa conocer en que condición se encuentra su liquidez en un periodo determinado, para ello es necesario conocer los movimientos financieros como son el ingreso y egreso de dinero, del resultado del desarrollo de sus actividades.

Realizar un flujo de caja proyectado, proveerá de información financiera útil para la toma de decisiones respecto al futuro de la empresa, así como también permitirá conocer la capacidad de respuesta ante obligaciones



establecidas a plazos, la liquidez para comprar nuevos insumos o la posibilidad de expansión o inversiones.

Tabla N° 6: Flujo proyectado – 1er mes

<b>INGRESOS</b>	<b>PUESTA EN MARCHA</b>	<b>SEMANA 1</b>	<b>SEMANA 2</b>	<b>SEMANA 3</b>	<b>SEMANA 4</b>
Saldo anterior		S/6,019.00	S/8,419.00	S/10,819.00	S/13,219.00
Ahorros Familiares Prestamos Ventas	S/30,000.00				
		S/2,400.00	S/2,400.00	S/2,400.00	S/2,400.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>S/30,000.00</b>	<b>S/2,400.00</b>	<b>S/2,400.00</b>	<b>S/2,400.00</b>	<b>S/2,400.00</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>GASTOS - PUESTA EN MARCHA</b>					
Acondicionamiento de vehículo	S/14,300.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Utiles de aseo	S/526.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Instrumentos de trabajo del personal	S/640.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Maquinaria y equipo	S/910.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Suministros para aseo de mascotas	S/435.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Otros gastos	S/6,050.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Muebles y enseres	S/1,120.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
<b>TOTAL DE GASTOS DE PUESTA EN MARCHA</b>	<b>S/23,981.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>
<b>GASTOS FIJOS MENSUALES</b>					
Productos de aseo para mascotas	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00
combustible	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/600.00
agua	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00
Sueldos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,790.00
internet	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/65.00
Agencia de medios	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/1,000.00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/4,955.00</b>
<b>SALDO INGRESOS-EGRESOS</b>	<b>S/6,019.00</b>	<b>S/8,419.00</b>	<b>S/10,819.00</b>	<b>S/13,219.00</b>	<b>S/10,664.00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

Patitas limpias, tiene el siguiente flujo de caja proyectado al primer mes de inicio de actividades, el cual se encuentra representado por un préstamo financiero por un total de S/ 30,000.00, egresos con relación a los gastos de puesta en marcha por S/ 23,981.00, gastos fijos mensuales por S/ 4,955.00 e ingresos mensuales proyectados a 8 baños diarios como mínimo a la semana por un total de S/ 2,400,00 semanales, obteniendo como resultado final del mes S/ 10,664.00, lo cual le permite afrontar las principales obligaciones y seguir desarrollando sus actividades para el siguiente periodo.

Tabla N° 7: Flujo proyectado – 1er año

FLUJO DE CAJA PROYECTADO 2022												
EXPRESADO EN SOLES												
INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas	S/9,600.00	S/9,300.00	S/9,700.00	S/9,000.00	S/8,600.00	S/6,500.00	S/6,600.00	S/7,000.00	S/7,150.00	S/7,800.00	S/9,000.00	S/9,600.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>S/9,600.00</b>	<b>S/9,300.00</b>	<b>S/9,700.00</b>	<b>S/9,000.00</b>	<b>S/8,600.00</b>	<b>S/6,500.00</b>	<b>S/6,600.00</b>	<b>S/7,000.00</b>	<b>S/7,150.00</b>	<b>S/7,800.00</b>	<b>S/9,000.00</b>	<b>S/9,600.00</b>
<b>EGRESOS</b>												
<b>D.GASTOS OPERATIVOS</b>												
Productos de aseo para mascotas	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00	S/400.00
combustible	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00
agua	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00
Sueldos	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00	S/2,790.00
internet	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00	S/65.00
Agencia de medios	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>	<b>S/4,955.00</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	<b>S/4,645.00</b>	<b>S/4,345.00</b>	<b>S/4,745.00</b>	<b>S/4,045.00</b>	<b>S/3,645.00</b>	<b>S/1,545.00</b>	<b>S/1,645.00</b>	<b>S/2,045.00</b>	<b>S/2,195.00</b>	<b>S/2,845.00</b>	<b>S/4,045.00</b>	<b>S/4,645.00</b>
<b>II). FINANCIAMIENTO</b>												
Prestamo BBVA	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67	-S/963.67
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>
<b>RESUMEN</b>												
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	<b>S/4,645.00</b>	<b>S/4,345.00</b>	<b>S/4,745.00</b>	<b>S/4,045.00</b>	<b>S/3,645.00</b>	<b>S/1,545.00</b>	<b>S/1,645.00</b>	<b>S/2,045.00</b>	<b>S/2,195.00</b>	<b>S/2,845.00</b>	<b>S/4,045.00</b>	<b>S/4,645.00</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>	<b>-S/963.67</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>S/6,019.00</b>	<b>S/9,700.33</b>	<b>S/13,081.66</b>	<b>S/16,862.99</b>	<b>S/19,944.32</b>	<b>S/22,625.65</b>	<b>S/23,206.98</b>	<b>S/23,888.31</b>	<b>S/24,969.64</b>	<b>S/26,200.97</b>	<b>S/28,082.30</b>	<b>S/31,163.63</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>S/9,700.33</b>	<b>S/13,081.66</b>	<b>S/16,862.99</b>	<b>S/19,944.32</b>	<b>S/22,625.65</b>	<b>S/23,206.98</b>	<b>S/23,888.31</b>	<b>S/24,969.64</b>	<b>S/26,200.97</b>	<b>S/28,082.30</b>	<b>S/31,163.63</b>	<b>S/34,844.96</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

### 5.2.3 Definición de metas

“Patitas Limpias” es una empresa que inicia actividades y se enfrenta a la competencia tradicional del servicio de Veterinarias, sin embargo, en busca de posicionarse en el mercado y captar clientes en su primer mes de arranque, ha decidido contratar una empresa de marketing digital, la cual se encargará de las redes sociales, página web y otros servicios propios, que permitan incrementar las ventas de la empresa.

Tabla N° 8: Proyección de ventas 1era semana

<b>PROYECCION DE VENTAS POR SEMANA</b>			
<b>Ventas diaria</b>	<b>Días laborados semanalmente</b>	<b>Precio mínimo del servicio</b>	<b>Total ingreso semanal</b>
8	6	S/. 50.00	S/. 2,400.00

Fuente: Elaboración propia (2022) Tabla

N° 9: Proyección de ventas 1er mes

<b>PROYECCION DE VENTA MENSUAL</b>		
<b>Semana</b>	<b>Cantidad de servicios semanales</b>	<b>ventas semanales</b>
1era	48	S/. 2,400.00
2da	48	S/. 2,400.00
3era	48	S/. 2,400.00
4ta	48	S/. 2,400.00
<b>TOTAL</b>	<b>192</b>	<b>S/. 9,600.00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

La proyección de las ventas al inicio de actividades se establece como mínimo en 8 servicios diarios, por 6 días a la

semana, a un precio base de S/ 50.00. Con esta información, se obtiene que la empresa realizará 192 servicios, lo cual genera un ingreso de S/ 9,600.00

Por otro lado, se proyecta fidelizar a los primeros clientes en un 10% para el segundo mes, además de los nuevos clientes obtenidos mediante del trabajo realizado por la agencia de medios contratada.

### 5.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

#### ✓ Valor Actual Neto – VAN

Es un indicador financiero, que permite determinar cuan rentable y viable es un proyecto en donde se ha desembolsado cierto capital para la puesta marcha. Este se aplica, a través de la actualización de los flujos de gastos e ingresos que se obtendrán a futuro, menos la inversión del proyecto. EL VAN, se expresa en unidades monetarias.

“Patitas Limpias”, invirtió para el inicio de sus actividades un monto total de S/ 30,000.00, proyectando un flujo de efectivo en los primeros 3 años de actividades.

Tabla N° 10: Resultado de la aplicación VAN

<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>	
AÑO 1	34,844.96
AÑO 2	S/39,450.92
AÑO 3	S/40,456.88
<b>VAN</b>	<b>S/70,048.21</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

✓ **Tasa Interna de Retorno – TIR**

Esta es una tasa de rentabilidad que muestra el porcentaje de rendimiento de la inversión realizada. La TIR, se expresa los resultados porcentuales.

Figura N° 33: Resultado de la aplicación TIR

<b>TIR</b>	<b>110%</b>
------------	-------------

Fuente: Elaboración propia (2022)

Realizados los cálculos se obtiene una tasa de 110%, la cual es mayor al costo de oportunidad, confirmando de esta manera que el proyecto es una oportunidad rentable de inversión.

## CONCLUSIONES

- ✓ Las personas con una agenda muy ocupada que tienen mascotas, están dispuestas a pagar por el servicio móvil a domicilio de aseo y estética de sus mascotas.
  
- ✓ El 41% de las personas encuestadas, prefiere solicitar el servicio de aseo y spa móvil mediante whatsapp, y el 38% prefiere agendar citas mediante el aplicativo móvil.
  
- ✓ “Patitas Limpias”, deberá vender 57 servicios, para no ganar ni perder, respecto al capital invertido.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Que “Patitas Limpias” fidelice a sus clientes primigenios, con la finalidad de asegurar la cartera de clientes para el mes venidero, así como generar oportunidades de nuevos clientes.
  
- ✓ Lograr un excelente servicio de venta y postventa a través de whatsapp por ser este el principal medio de preferencia para agendar citas. Por otro lado, se sugiere que la App móvil tenga una interfaz sencilla, ágil y fácil de usar por personas todas las edades.
  
- ✓ Se recomienda a “Patitas limpias” que en conjunto con su agencia de medios establezcan una cuota mensual de posibles ventas, con la finalidad de lograr recuperar el capital invertido en el menor tiempo estimado.
  
- ✓ Se recomienda a “Patitas limpias” contar con un seguro de mascotas en caso ocurra algún accidente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Compañía Peruana de Estudios de mercados y opinión pública CPI.** (Octubre 2018) Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional  
Recuperado: [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_mascotas\\_201808.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_mascotas_201808.pdf)
  
- **Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)** (16 de Agosto 2021)  
Ocupados a nivel nacional alcanza 16 millones 848 mil 600 personas en el II Trimestre de 2021. Recuperado: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-122-2021-inei.pdf>
  
- **De Pelos Compañía** (2022) Pagina Web: <https://www.depelos.co/bano-para-perros-y-gatos/sofilin-bano-a-domicilio/2>
  
- **Guillermo Vargas** (2021) De pelos y pata, la industria mantiene una tendencia creciente que ha abierto las puertas a servicios y productos que hace 10 años no existían en el Perú. Recuperado: <https://www.ue.edu.pe/maills/2021/ue/img/8-De-pelos-y-patas-la-industria-mantiene-una-tendencia-creciente-que-ha-abierto-las-puertas-a-servicios-y-productos-que-hace-10-a%C3%B1os.pdf>
  
- **Kantar** (04 noviembre 2019) Casi la mitad de hogares peruanos tienen una mascota.  
Recuperado: <https://www.kantar.com/latinamerica/inspiracion/consumo-masivo/hogares-con-mascotas>
  
- **Conexión Esan** (24 de enero 2017) Fundamentos financieros: el valor actual (VAN)  
Recuperado: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/fundamentos->





## **ANEXOS**

**ENCUESTA**

1. ¿Cuántos años tienes?

- 24-30       30-35       35-40       40 -45

2. ¿A qué te dedicas actualmente?

---

3. ¿Cuántos días a la semana trabajas?

- 1     2     3     4     5     6     7

4. ¿Cuántas horas a la semana trabajas?

- 30-45 h     48-55 h     55-60     60 a más

5. ¿Tienes mascotas?

- Sí     No

6. ¿Cuántas mascotas tienes?

- 1     2     3     4 a mas

7. ¿Qué mascotas tienes? (puede marcar más de una opción)

- Perros     Gatos     Conejos     Otros

8. ¿Con qué frecuencia llevas a tus mascotas al veterinario?

- 1 vez al mes     2 veces al mes     Cada 2 meses

- Cada 3 meses

9. Cuéntame ¿Cómo suele ser el servicio de baño de tu mascota?

- Buena     Mala     Regular     Excelente

10. ¿Qué factores influyeron para elegir a su actual veterinaria de confianza?

- Cercanía a mi domicilio
- Recomendación
- Calidad de servicio
- Precio

11. ¿Qué propondrías a tu veterinaria para mejorar el cuidado que actualmente le brinda a tu mascota?

---

12. ¿Te gustaría que un carrito-spa de baño y estética para mascotas, fuera hasta tu domicilio? ¿Por qué?

---

13. ¿A través de qué medio te gustaría agendar una cita o hacer consultas?

(Puede marcar más de 1 opción)

- App
- Página web
- Redes sociales
- Whatsapp

14. ¿Cuánto pagarías como mínimo por el servicio básico de baño-meditado y estética de tu(s) mascota(s) a domicilio?

- 45 a 50 soles
- 50 a 55 soles
- 55 soles a más

15. ¿Le gustaría además recibir el servicio de delivery de comida y souvenir para mascotas?

- Sí
- No

## OCUPADOS A NIVEL NACIONAL ALCANZA 16 MILLONES 848 MIL 600 PERSONAS EN EL II TRIMESTRE DE 2021

En el II trimestre de 2021, la población ocupada del país alcanza 16 millones 848 mil 600 personas, aumentando en 52,6%, en comparación con similar trimestre del año 2020, período que registró la mayor reducción de la población ocupada, debido al confinamiento por el COVID-19, así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el informe técnico Comportamiento de los Indicadores de Mercado Laboral a Nivel Nacional, elaborado con los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG).

En lo que va del año 2021, la población ocupada se incrementó, en tres trimestres móviles consecutivos; sin embargo, todavía no recupera el nivel registrado en el trimestre abril-mayo-junio de 2019, siendo menor en 0,9% (-143 mil 800 personas), frente a dicho trimestre.

### **Población con empleo adecuado disminuyó en 11,1%**

En el año móvil julio 2020-junio 2021, la población con empleo adecuado del país fue de 7 millones 315 mil 100 personas, que comparado con el año móvil anterior disminuyó en 11,1%, es decir, en 915 mil 100 personas.

Por el contrario, la población ocupada subempleada a nivel nacional en el año móvil julio 2020-junio 2021 aumentó en 19,1% (1 millón 444 mil personas), al compararlo con el año móvil anterior.

### **Población ocupada en la región Costa aumenta 72,8%**

En el segundo trimestre del presente año, la población ocupada en la Costa creció en 72,8% (3 millones 741 mil 400 personas), principalmente en la Costa Sur que registró un incremento de 102,2% (255 mil 400 personas), seguida de la Costa Centro con 76,7% (2 millones 707 mil 200 personas) y en la Costa Norte se elevó en 57,4% (778 mil 800 personas).

Asimismo, en la Sierra la población ocupada se incrementó en 33,9% (1 millón 441 mil personas), reportando mayor dinamismo en la Sierra Centro con 41,0% (629 mil 500 personas) y Sierra Sur en 35,8% (689 mil 300 personas). En la Selva, aumentó en 37,5% (622 mil personas).

### **Población ocupada femenina se incrementa 64,4%**

En el trimestre de estudio, la población ocupada femenina aumentó en 64,4% (2 millones 885 mil 300 personas) en comparación con igual trimestre del año 2020. Por su parte, la población ocupada masculina se incrementó en 44,5% (2 millones 919 mil 100 personas).

### **Aumenta población ocupada de 14 a 24 años en 71,7%**

Según grupos de edad y en comparación con el segundo trimestre de 2020, la población ocupada de 14 a 24 años reportó el mayor incremento al alcanzar 71,7% (1 millón 168 mil personas), seguido del grupo de 25 a 44 años con 51,4% (2 millones 707 mil 500 personas) y el grupo de 45 a más años de edad que se incrementó en 46,5% (1 millón 928 mil 800 personas).

## Préstamo Comercial

Importe a Solicitar:	S/ 30,000.00
Días de pago:	17
Duración total (meses):	36 meses
Periodo de gracia (meses):	-
Fecha de Solicitud:	17/02/2022
Cuota	S/ 963.67
Tipo Seguro Desgravamen:	SIN SEGURO
Importe Seguro Desgravamen:	S/ 0.00
Importe Seguro de Bien:	-
Tasa Efectiva Anual:	10%
TCEA Referencial de Operación:	10.652196%
Comisión envío físico estado de cuenta:	S/ 8.50
Cuotas Adicionales:	-

Mes	Vencimiento	Amortización	Interés	Comisiones + Seguros	Subvención	Cuota	Saldo
1	17/03/2022	S/ 740.45	S/ 223.22	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 28,259.55
2	18/04/2022	S/ 714.73	S/ 248.94	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 28,544.82
3	17/05/2022	S/ 743.67	S/ 220.00	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 27,801.15
4	17/06/2022	S/ 734.56	S/ 229.11	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 27,066.59
5	18/07/2022	S/ 740.61	S/ 223.06	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 26,325.98
6	17/08/2022	S/ 753.74	S/ 209.93	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 25,572.24
7	19/09/2022	S/ 739.27	S/ 224.40	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 24,832.97
8	17/10/2022	S/ 778.90	S/ 184.77	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 24,054.07
9	17/11/2022	S/ 765.44	S/ 188.23	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 23,288.63
10	19/12/2022	S/ 765.53	S/ 198.14	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 22,523.10
11	17/01/2023	S/ 790.08	S/ 173.59	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 21,733.02
12	17/02/2023	S/ 784.57	S/ 179.10	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 20,948.45
13	17/03/2023	S/ 807.80	S/ 155.87	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 20,140.65
14	17/04/2023	S/ 797.69	S/ 165.98	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 19,342.96
15	17/05/2023	S/ 809.43	S/ 154.24	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 18,533.53
16	19/06/2023	S/ 801.04	S/ 162.63	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 17,732.49
17	17/07/2023	S/ 831.73	S/ 131.94	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 16,900.76
18	17/08/2023	S/ 824.39	S/ 139.28	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 16,076.37
19	18/09/2023	S/ 826.89	S/ 136.78	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 15,249.48
20	17/10/2023	S/ 846.14	S/ 117.53	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 14,403.34
21	17/11/2023	S/ 844.97	S/ 118.70	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 13,558.37
22	18/12/2023	S/ 851.93	S/ 111.74	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 12,706.44
23	17/01/2024	S/ 862.35	S/ 101.32	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 11,844.09
24	19/02/2024	S/ 859.74	S/ 103.93	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 10,984.35
25	18/03/2024	S/ 881.94	S/ 81.73	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 10,102.41
26	17/04/2024	S/ 883.11	S/ 80.56	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 9,219.30
27	17/05/2024	S/ 890.15	S/ 73.52	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 8,329.15
28	17/06/2024	S/ 895.03	S/ 68.64	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 7,434.12
29	17/07/2024	S/ 904.39	S/ 59.28	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 6,529.73
30	19/08/2024	S/ 906.37	S/ 57.30	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 5,623.36
31	17/09/2024	S/ 920.33	S/ 43.34	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 4,703.03
32	17/10/2024	S/ 926.17	S/ 37.50	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 3,776.86

<https://www.bbva.pe/empresas/productos/financiamiento/prestamos-comerciales/simulador-prestamo-comercial-negocios.html>

1/2

17/02/22, 23:40

(BBVA) Cronograma de pagos

Mes	Vencimiento	Amortización	Interés	Comisiones + Seguros	Subvención	Cuota	Saldo
33	18/11/2024	S/ 931.54	S/ 32.13	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 2,845.32
34	17/12/2024	S/ 941.74	S/ 21.93	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 1,903.58
35	17/01/2025	S/ 947.98	S/ 15.59	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 972.17	S/ 955.60
36	17/02/2025	S/ 955.60	S/ 7.88	S/ 8.50	S/ 0.00	S/ 971.98	S/ 0.00
		S/ 30,000.00	S/ 4,691.93	S/ 308.00	S/ 0.00	S/ 34,997.93	

- Los datos emitidos por este simulador son referenciales.

- El otorgamiento del préstamo está sujeto a evaluación crediticia.

- La fecha de desembolso, para efectos de esta simulación, es la fecha de solicitud que ha ingresado en este simulador.

- La simulación no incluye el ITF.

- La tasa de interés es fija.

- Usted podrá contratar directamente su póliza de seguro, con las mismas características y beneficios a la ofrecida, y endosarla a favor del Banco. El endoso de la póliza está sujeto a comisión publicada en nuestro tarifario en: [www.bbva.pe](http://www.bbva.pe)