UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

GUARDERIA CUATRO PATITAS

Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en las siguientes carreras:

GABRIELA TATIANA CASTRO CHURAMPI –
Administración de Empresas

IVANA LOZADA PEÑALOZA –
Administración de Empresas

JORGE LUIS VALERIO ORDOÑEZ –
Ingeniería Industrial

Asesor:
Elvis Chuco Rosas

Lima - Perú
2017

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL
1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA, HORIZONTE DE EVALUACIÓN…… 6
1.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA, CÓDIGO CIIU, PARTIDA ARANCELARIA……6
1.3. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO Y MODELO CANVAS……7
1.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO……7
1.5. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO…… 10
1.6. ESTRATEGIA GENÉRICA DE LA EMPRESA…… 11
2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO……..
2.1.ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO ……
2.1.1. DEL PAÍS (ÚLTIMOS 5 AÑOS O ÚLTIMO AÑO SEGÚN CORRESPONDA)…… …… 12
2.1.1.1 CAPITAL, CIUDADES IMPORTANTES. SUPERFICIE, NÚMERO DE HABITANTES…… 13
2.1.1.2 TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN. INGRESO PER CÁPITA. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA…… .. 14
2.1.1.3 BALANZA COMERCIAL: IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES…… 16
2.1.1.4 PBI, TASA DE INFLACIÓN, TASA DE INTERÉS, TIPO DE CAMBIO, RIESGO PAÍS…… 17
2.1.1.5 LEYES O REGLAMENTOS GENERALES VINCULADOS AL PROYECTO…… 18
2.1.2. DEL SECTOR (ÚLTIMOS 5 AÑOS O ÚLTIMO AÑO SEGÚN CORRESPONDA)……
2.1.2.1 MERCADO INTERNACIONAL…… 19
2.1.2.2 MERCADO DEL CONSUMIDOR…… 20
2.1.2.3 MERCADO DE PROVEEDORES…… . 21
2.1.2.4 MERCADO COMPETIDOR…… 22
2.1.2.5 MERCADO DISTRIBUIDOR…… 23
2.1.2.6 LEYES O REGLAMENTOS DEL SECTOR VINCULADOS AL PROYECTO……...
2.2.ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO ……
2.2.1. COMPETIDORES ACTUALES: NIVEL DE COMPETITIVIDAD…… 24
2.2.2. FUERZA NEGOCIADORA DE LOS CLIENTES…… 25
2.2.3. FUERZA NEGOCIADORA DE LOS PROVEEDORES…… 27
2.2.4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS…… 30
2.2.5. COMPETIDORES POTENCIALES BARRERAS DE ENTRADA…… 30
3. CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO ……
3.1. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA…… 31
3.2. ANÁLISIS FODA…… 31
3.3 OBJETIVOS…… 32
4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO ……..
4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO…… 33
4.1.1. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN…… 34
4.1.2. MARCO MUESTRAL…… 35
4.1.3. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD…… 35
4.1.4. FOCUS GROUP…… 37
4.1.5. ENCUESTAS…… 38
4.2. DEMANDA Y OFERTA …… 43
4.2.1. ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL…… 44
4.2.2. ESTIMACIÓN DEL MERCADO DISPONIBLE…… 44
4.2.3. ESTIMACIÓN DEL MERCADO EFECTIVO…… 45
4.2.4. ESTIMACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO…… 45
4.2.5. FRECUENCIA DE COMPRA…… 45
4.2.6. CUANTIFICACIÓN ANUAL DE LA DEMANDA…… 47
4.2.7. ESTACIONALIDAD…… 47
4.2.8. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES Y VALORIZADO…… 47
4.3. MEZCLA DE MARKETING …… 51
4.3.1. PRODUCTO…… 52
4.3.2. PRECIO…… 53
4.3.3. PLAZA…… 54
4.3.4. PROMOCIÓN…… 55
4.3.4.1. CAMPAÑA DE LANZAMIENTO…… 56
4.3.4.2. PROMOCIÓN PARA TODOS LOS AÑOS…… 57

5. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL……
5.1 ESTUDIO LEGAL…… 60
5.1.1. FORMA SOCIETARIA…… 60
A. ACTIVIDADES……
B. VALORIZACIÓN……
5.1.2. REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES…… 61
A. ACTIVIDADES……
B. VALORIZACIÓN……
5.1.3. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES…… 65
A. ACTIVIDADES……
B. VALORIZACIÓN……
5.1.4. LEGISLACIÓN LABORAL…… 66
A. ACTIVIDADES……
B. VALORIZACIÓN……
5.1.5. LEGISLACIÓN TRIBUTARIA…… 67
A. ACTIVIDADES……
B. VALORIZACIÓN……
5.1.6. OTROS ASPECTOS LEGALES…… 67
A. ACTIVIDADES……
B. VALORIZACIÓN…… 67
5.1.7. RESUMEN DEL CAPÍTULO……
CUADRO VALORIZADO DE TODOS LOS PUNTOS PREVIOS, DISTRIBUIDO POR LAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y OPERACIONES / PRODUCCIÓN.
5.2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL……
5.2.1. FUNCIONAL…… 68
5.2.2. SERVICIOS TERCERIZADOS…… 68
5.2.3. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO…… 69
5.2.4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LOS SERVICIOS TERCERIZADOS…… 87
5.2.5. ASPECTOS LABORALES…… 94
A. FORMA DE CONTRATACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO Y SERVICIOS TERCERIZADOS…… 95
B. RÉGIMEN LABORAL DE PUESTOS DE TRABAJO…… 95
C. PLANILLA PARA TODOS LOS AÑOS DEL PROYECTO…… 96
D. GASTOS POR SERVICIOS TERCERIZADOS PARA TODOS LOS AÑOS DEL PROYECTO…… 97
E. HORARIO DE TRABAJO DE PUESTOS DE TRABAJO…… 98
6. CAPÍTULO VI: ESTUDIO TÉCNICO ……
6.1. TAMAÑO DEL PROYECTO…… 99
6.1.1. CAPACIDAD INSTALADA…… 99
A. CRITERIOS……
B. CÁLCULOS……
6.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA…… 100
A. CRITERIOS……
B. CÁLCULOS……
C. PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA…… 100
6.1.3. CAPACIDAD MÁXIMA……
A. CRITERIOS…… 100
B. CÁLCULOS……
6.2. PROCESOS……
6.2.1. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN…… 100
6.2.2. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN…… 103
6.2.3. NECESIDAD DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS……
6.2.4. PROGRAMA DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS……
6.2.5. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA…… 106
6.3. TECNOLOGÍA PARA EL PROCESO ……
6.3.1. MAQUINARIAS…… 106
6.3.2. EQUIPOS…… 107
6.3.3. HERRAMIENTAS…… 107
6.3.4. UTENSILIOS…… 108
6.3.5. MOBILIARIO…… 109
6.3.6. ÚTILES DE OFICINA…… 110
6.3. LOCALIZACIÓN……
6.4.1. MACRO LOCALIZACIÓN…… 111
6.4.2. MICRO LOCALIZACIÓN. 3 AVENIDAS…… 112

6.4.3. GASTOS DE ADECUACIÓN..... 113
6.4.4. GASTOS DE SERVICIOS. LUZ Y AGUA..... 114
6.4.5. PLANO DEL CENTRO DE OPERACIONES..... 115
6.4.6. DESCRIPCIÓN DEL CENTRO DE OPERACIONES..... 116
6.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL FRENTE AL ENTORNO.....
6.5.1. IMPACTO AMBIENTAL..... 120
6.5.2. CON LOS TRABAJADORES..... 120
6.5.3. CON LA COMUNIDAD..... 121
7. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO….....
7.1. INVERSIONES.....
7.1.1. INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO DEPRECIABLE..... 122
7.1.2 INVERSIÓN EN ACTIVO INTANGIBLE..... 124
7.1.3. INVERSIÓN EN GASTOS PRE-OPERATIVOS..... 124
7.1.4. INVERSIÓN EN INVENTARIOS INICIALES..... 129
7.1.5. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (MÉTODO DÉFICIT ACUMULADO)..... 130
7.1.6. LIQUIDACIÓN DEL IGV..... 131
7.1.7. RESUMEN DE ESTRUCTURA DE INVERSIONES..... 132
7.2. FINANCIAMIENTO.....
7.2.1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO..... 133
7.2.2. FINANCIAMIENTO DEL ACTIVO FIJO..... 134
7.3. INGRESOS ANUALES.....
7.3.1. INGRESOS POR VENTAS..... 135
7.3.2. RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO..... 136
7.3.3. VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO..... 136
7.4. COSTOS Y GASTOS ANUALES..... 136
7.4.1. EGRESOS DESEMBOLSABLES .....
7.4.1.1. PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS.....
7.4.1.2. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA..... 137
7.4.1.3. PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS..... 138
7.4.1.4. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN..... 139
7.4.1.5. PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS.....
7.4.2. EGRESOS NO DESEMBOLSABLES.....
7.4.2.1. DEPRECIACIÓN..... 141
7.4.2.2. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES..... 142
7.4.2.3. GASTO POR ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLES..... 143
7.4.3. COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO Y COSTO TOTAL UNITARIO..... 143
7.4.4. COSTOS FIJOS Y VARIABLES UNITARIOS. 144
8. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....
8.1. PREMISAS DEL ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS Y DEL FLUJO DE CAJA..... 145
8.2. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS SIN GASTOS FINANCIEROS..... 145
8.3. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS CON GASTOS FINANCIEROS Y ESCUDO FISCAL..... 145
8.4. FLUJO DE CAJA OPERATIVO..... 147
8.5. FLUJO DE CAPITAL..... 148
8.6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO..... 149
8.7. FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA..... 150
8.8. FLUJO DE CAJA FINANCIERO..... 151
9. EVALUACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA.....
9.1. CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO.....
9.1.1. COSTO DE OPORTUNIDAD..... 152
9.1.1.1CAPM..... 153
9.1.1.2. COK PROPIO..... 153
9.1.2. COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)..... 153
9.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....
9.2.1. INDICADORES DE RENTABILIDAD.....
9.2.1.1. VANE Y VANF..... 154
9.2.1.2. TIRE Y TIRF, TIR MODIFICADO..... 155
9.2.1.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO..... 156
9.2.1.4. ANÁLISIS BENEFICIO / COSTO (B/C)..... 156
9.2.2. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....
9.2.2.1. COSTOS VARIABLES, COSTOS FIJOS..... 156
9.2.2.2. ESTADO DE RESULTADOS (COSTEO DIRECTO)..... 157
9.2.2.3. ESTIMACIÓN Y ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES..... 157

9.2.2.4. ESTIMACIÓN Y ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN NUEVOS SOLES..... 158
9.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y DE RIESGO..... 159
9.3.1. VARIABLES DE ENTRADA.....
9.3.2. VARIABLES DE SALIDA.....
9.3.3. ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL..... 160
9.3.4. ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL..... 161
9.3.5. VARIABLES CRITICAS DEL PROYECTO..... 161
9.3.6. PERFIL DE RIESGO..... 161
ANEXOS 163
BIBLIOGRAFIA..... 181
ILUSTRACIONES 183
TABLAS 185

Presentación

El presente proyecto busca conocer qué tan viable es lanzar al mercado un negocio dentro del rubro canino, para lo cual se ha realizado una profunda investigación haciendo uso de las fuentes primarias y secundarias disponibles. Se desea descubrir las principales variables que impactan en este rubro y qué tan accesible pueda ser ejecutar su puesta en marcha.

En esta primera etapa del estudio desarrollaremos los puntos referidos al análisis del Macro y Micro entorno tales como el análisis PEST, el modelo de las 5 fuerzas de Porter y la matriz FODA.

Se formulará un estudio sobre el servicio de guardería canina, con la finalidad de satisfacer las necesidades de un nicho “Pet Lover” que requieran dejar el cuidado de sus mascotas a terceros.

1. Capítulo I: Información general

1.1. Nombre de la empresa y Horizonte de evaluación

1.1.1. Nombre de la empresa

La razón social de la empresa será Servicios Caninos S.A.C.

El nombre comercial se la empresa será Guardería cuatro patitas

En un futuro se espera extender la línea de negocio a otros servicios como talleres para dueños y venta de accesorios (pet shop), entre otros.

1.1.2. Horizonte de evaluación

El horizonte de evaluación del proyecto será de **5 años**. Los años a ser evaluados serán desde el **2018** hasta el **2022**, siendo el año **2017** el periodo de evaluación sobre la pre-factibilidad del proyecto y el 2018 el inicio del proyecto en donde se iniciarán las operaciones de inversión.

Los siguientes 3 años del proyecto, es decir, **2019**, **2020** y **2021** serán los años de evaluación del proyecto; por último, el año 5 del proyecto, es decir, 2022, será el periodo en donde se prepararán las actividades de liquidación de todos los activos existentes hasta ese año. Cabe resaltar que la cantidad total de años permitirá determinar la viabilidad del proyecto, su ciclo de crecimiento y maduración y poder conocer si el proyecto tiene un tiempo de recuperación atractiva para las inversiones.

1.2. Actividad económica y código CIIU

Actividad o giro económico

La actividad económica está dentro del sector servicios, terciario.

Código CIIU

El código CIIU es el 8520 – Actividades veterinarias.

1.3. Definición del negocio

Esta idea inicial del negocio nace a partir de la problemática que aparece para un grupo de personas quienes por motivos diversos no saben dónde dejar a sus mascotas cuando por fuerzas mayores tienen que dejar la ciudad y no pueden tener la opción de llevarse a

sus mascotas poniendo en riesgo la integridad de su “mejor amigo” no por no amar a las mismos sino por desconocimiento de lo que podría suceder al dejar a su engreído en un lugar inadecuado o encerrados en sus casas.

Cabe indicar que muchas personas hoy en día se enfocan mucho en el buen trato y cariño de sus mascotas en especial de los canes quienes forman parte muy importante de muchas personas en lima. A esto se suma muchas veterinarias, pet shop y guarderías, pero estas entidades muchas veces no son coherentes entre lo que dicen y hacen, ya que el servicio que brindan hacia los animales deja mucho que desear, porque dan un servicio de mala calidad, con una infraestructura en pésimas condiciones, convirtiéndose en lugares donde muchos de los dueños temen dejar a sus mascotas.

La empresa Servicios Caninos S.A.C se verá representada por su primera línea de servicio de guardería canina y con ella desea brindar un servicio que aparte de brindar amor, ofrezca las condiciones más adecuadas para tener felices a las mascotas y a sus dueños.

1.4. Descripción del servicio y Modelo CANVAS

1.4.1. Descripción de Guardería 4 Patitas

Guardería Cuatro patitas engríe a tu mascota como lo merece, se encarga del cuidado de mascotas caninas durante el tiempo en que el cliente lo requiera.

En adición brinda un servicio personalizado de paseos delivery, llevando de una a dos mascotas como máximo para tener una mejor supervisión y cuidado del can, estos paseos estarán a cargo de entrenadores certificados y el cliente tendrá la opción de calificar a cada entrenador por medio del APP Cuatro patitas.

Ubicación:

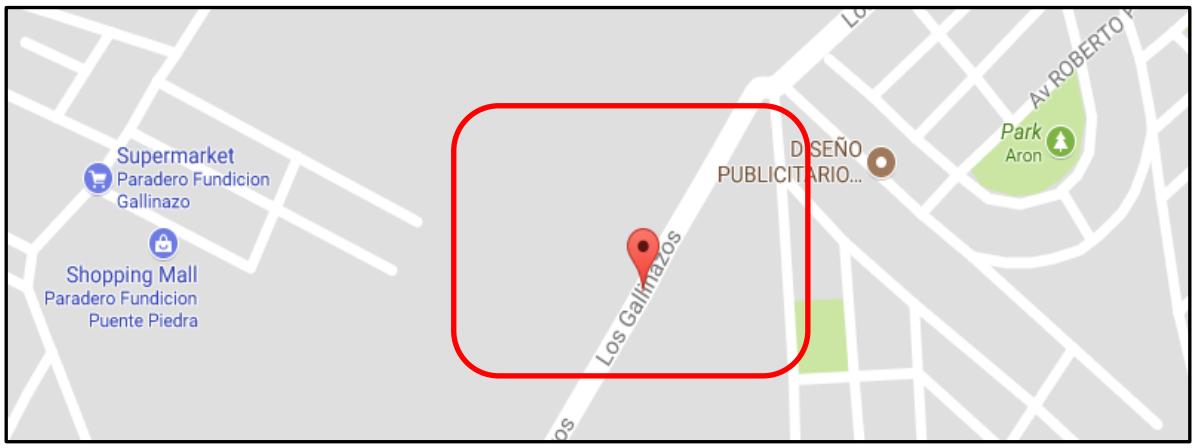
Av. Gallinazos cruce con Calle Los Huertos, Puente Piedra, Gallinazo, Lima; nuestro local será alquilado y contará con un área de 3000 m2.

Detalle del servicio

Guardería 4 Patitas ofrecerá tres tipos de servicios, dando la oportunidad a nuestros clientes de escoger el que mejor se acomode a su economía:

- **Paquete Básico:** Estadía y cuidado de la mascota (Cliente debe dejar alimento por los días que encargue a su mascota).
- **Paquete Medio:** Estadía, cuidado, alimentación y adiestramiento.
- **Paquete Premium:** Estadía, cuidado, alimentación, adiestramiento, recojo y entrega de la mascota (según cobertura).

Ilustración 1: Ubicación del negocio



Fuente: Google maps

Ilustración 2: Instalaciones de la Guardería 4 Patitas

Fuente: Google

Instalaciones

Los perritos tendrán habitaciones personales y zonas comunes donde podrán interactuar con otras mascotas. Se programará horarios para juntarlos con perritos con sus mismas características y carácter para evitar cualquier riña entre ellos que provoquen accidentes.

El establecimiento contará con cámaras de seguridad en cada área donde se encuentren las mascotas a fin de brindar confianza a los dueños, estas cámaras estarán enlazadas con el App Cuatro patitas, donde cada propietario tendrá un usuario y contraseña para que pueda acceder a las imágenes en tiempo real.

Condiciones

Antes del ingreso de cada mascota, se citará al propietario para una entrevista y así conocer más sobre el carácter de la mascota, preferencias, historial médico y les pediremos todos los documentos correspondientes que demuestren su óptimo estado de salud. Además les informaremos de las condiciones establecidas por la empresa para aceptar a las mascotas dentro del establecimiento.

Ilustración 3: Carácter de la mascota

Ilustración 4: Entrevista con el dueño

1.4.2. Modelo CANVAS de Guardería 4 Patitas

Tabla 1: CANVAS

<table>
<tr>
<td>Socios claves

Dueño del local
Adiestradores caninos
Soporte administrativo y de marketing, soporte operativo.
Soporte web y app
Proveedores de comida canina y
accesorios caninos</td>
<td>Actividades claves

Entrevistas previas con los dueños, para conocer el tipo de alimentación que tiene sus mascotas, así como historial médico, carácter, entre otros datos del can.
Evaluación médica general
Servicio básico, medium y servicio premium.
Recojo y entrega de mascotas

Recursos clave
Personal capacitado y especializado en cuidado y entrenamiento canino
Infraestructura
Cámaras de seguridad enlazadas al APP
Capital de trabajo (socios)</td>
<td>Propuesta de Valor

Guardería canina con precios diferenciados, que garantiza confianza a través de sus Cámaras de seguridad que estarán enlazadas a al APP para que los clientes puedan ver en tiempo real a sus engreídos, desde el lugar donde estén.</td>
<td>Relaciones con los cliente
Para todos los clientes:
-Álbum de fotos y videos de las mascotas.
- En la primera visita obsequiaremos un porta retrato con la foto de la mascota.
- Canal de Youtube, compartiendo tips sobre salud y alimentación de mascotas.
- Aplicativo móvil para estar más cerca de los clientes

Canales
APP,
Página web y
Redes Sociales</td>
<td>Segmento

Personas con perfil "Pet Lover", que necesitan apoyo en el cuidado de sus mascotas, cuando se encuentran ausentes, ya sea por viajes, feriados, fechas especiales o por trabajo. Estos clientes desean que sus mascotas sean tratadas incluso mejor de lo que ellos lo pueden hacer.

Edad: De 22 a 60 años
Sexo: Indistinto
Distritos: Independencia, Los Olivos y San Martin de Porres
Nivel Socio económico: A, B y C+
Personas con ingresos superiores a 1500</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Estructura de costes
Costos fijos:
Alquiler del local, sueldos del personal, servicios básicos,
Plataforma web y app
Costos variables:
Alimentos, gasolina y mantenimiento de movilidades</td>
<td colspan="2">Fuentes de ingreso
-Guardería Hotel:
Paquete básico, medium y premium</td>
</tr>
</table>

Fuente: CANVAS del Negocio Elaboración Propia

1.5. Oportunidad de negocio

Una Guardería canina es una oportunidad de negocio debido a que hoy en día las mascotas son tratadas como un integrante más de las familias peruanas y sus propietarios muchas veces no tienen donde dejar a sus mascotas cuando se les presenta una oportunidad de viaje o alguna actividad fuera de sus casas. Esta situación motiva a que sientan la necesidad de encontrar un buen lugar donde puedan tener la certeza de que sus engreídos estarán seguros y sobre todo a un precio que se ajuste a su economía.

En el 2015 PromPerú presentó un informe sobre El Perfil del Vacacionista Nacional 2015 mostrando que el turismo interno de los peruanos aumentó en 4% con respecto al año 2014. El 39% de los encuestados indicó que viajan para descansar o relajarse, mientras que el 23% viaja por salidas familiares y el 16% para conocer nuevos lugares. Gracias a esta información podemos deducir que se genera una necesidad para aquellos viajeros que tienen mascotas.

Todos los servicios de guarderías caninas que se encuentran en Lima manejan precios elevados no pudiendo llegar al público ubicado en Lima Norte, notando este vacío nosotros queremos cubrir tal necesidad en esta zona, aprovechando el record en viajes que realizan sus habitantes.

1.6. Estrategia genérica de la empresa.

Diferenciación por Estilo de vida: Se desea crear un vínculo con la personalidad de cliente “Pet Lover”, mediante aspectos emocionales.
Tipos de Estrategia de diferenciación (según Philip Kotler):

- **Servicio**: Confianza a través de la tecnología. Los clientes podrán ver en tiempo real como están siendo tratados sus engreídos mediante el App Cuatro patitas, con ello se espera ganar la confianza que deseamos de ellos.
- **Personal**: Seleccionaremos sólo al personal que se encuentre capacitado para poder brindar el mejor cuidado hacia la mascota.
- **Imagen o posicionamiento**: La meta es posicionarnos como una guardería que brinda confianza mediante un servicio ligado al amor canino.
- **Canal**: Al brindar un servicio B2C el canal utilizado es el directo.

2. Capítulo II: Análisis del entorno

2.1. Análisis del Macro entorno Del País

2.1.1. Del País

Capital. Superficie, Número de habitantes.

La capital del Perú es la ciudad de Lima, una de las más importantes de Sudamérica y declarada Patrimonio Cultural de la humanidad en 1991 por la UNESCO. Lima es la ciudad con mayor concentración de personas del Perú teniendo más de 10’143,003 millones de habitantes, que equivale al 32.72% de todos los habitantes del Perú. Las estimaciones y proyecciones para los siguientes 5 años es que su población crecerá en 7.66% (INEI).

Ilustración 5: Mapa número de habitantes

Fuente: INEI

Datos de importancia

Este año se dio a conocer la lista de los distritos más poblados de Lima, siendo el segundo distrito más poblado San Martín de Porres con 723,000 habitantes. Los Olivos también se encuentran dentro de esta lista con 382,000 habitantes.

Con respecto a la densidad poblacional (habitantes por kilómetro cuadrado),

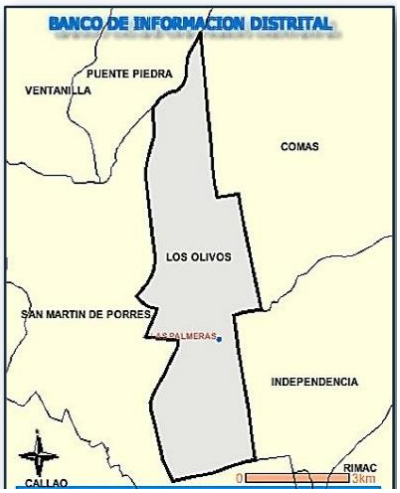
Los Olivos cuenta con 20,707.67 hab/km2 y San Martín de Porres con

19,417.49 hab/km2.

Otra información relevante es que en los hogares de Lima el 93.1% tiene al menos un integrante de la familia que cuenta con celular y el 48.3% cuenta con internet.

Es un factor favorable que los distritos donde se encuentra nuestro segmento conformen la lista de los distritos más poblados de Lima ya que garantizaría mayor movimiento económico en esta zona.

Ilustración 6: Mapa de la zona norte



Fuente: INEI

Superficie

El Perú ocupa una superficie continental de 1’285,215.60 Km2 que incluyen los 4,996.28 Km2 que corresponden a la parte peruana del Lago Titicaca ubicado en el Departamento de Puno, y los 105 Km2 que es el área total de todas las islas pertenecientes al país, además de contar con una superficie marítima de 626,240 Km2 pertenecientes al mar peruano. En conjunto con todas las superficies terrestres y marítimas, suman un total de 1’911,455.60 Km2 que es la actual superficie de todo el territorio peruano.

Ilustración 7: Mapa del territorio peruano

Fuente: INEI

Al 30 de junio del 2016 el Perú tiene una población de 31millones 488 625 personas de los cuales 50.1% son varones y el 49.9% son mujeres. Así mismo el 55.9% vive en la costa.

Lima alberga a 9 ‘985, 664 personas, siendo el segundo distrito más poblado San Martin de Porres (714 952 personas).Finalmente en los distritos de Comas son 520 403 habitantes y en Los Olivos 360532 habitantes.

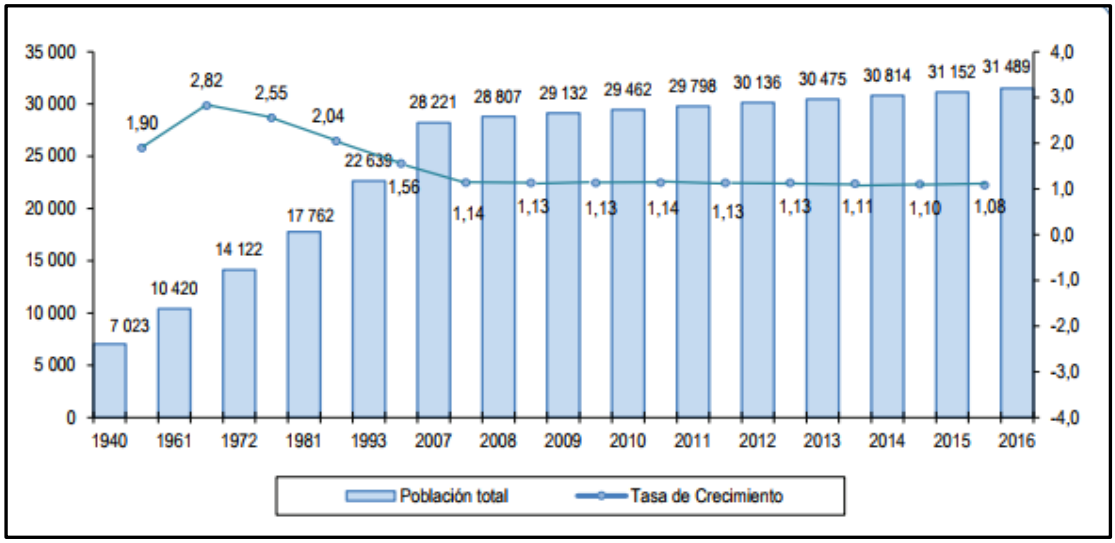
Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa

Tasa de crecimiento de la población.

En el año 2015 el Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas estimó que para el año 2021, la población peruana sobrepasaría los 33 millones de habitantes, pero estudios realizados recientemente, indican que para el año 2020 la población no llegaría ni a los 32 millones de habitantes.

En el siguiente cuadro podemos observar que desde el 2008 hasta el año 2016 la tasa de crecimiento de la población es constante, teniendo variaciones mínimas.

Ilustración 8: PBI



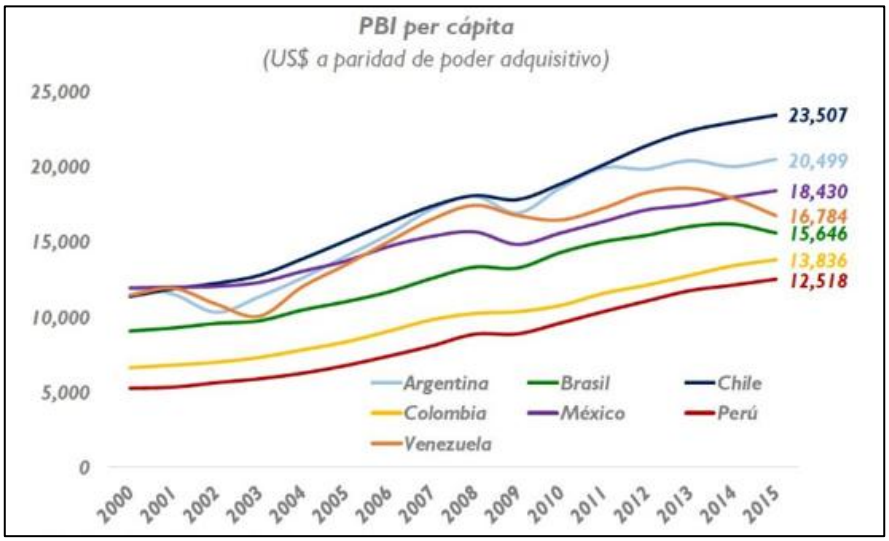
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

Ingreso per cápita

De acuerdo a estudios realizados por la empresa MACROCONSULT (Empresa Consultora de Economía y Finanza en el Perú) en el periodo 2000 a 2015 hubo un

crecimiento Per cápita de 5.9%, siendo el más alto de la región (Colombia, Chile, Venezuela, México, Brasil), sin embargo, este porcentaje a nivel histórico es el más bajo que ha tenido nuestro país, tal como se muestra en la siguiente imagen.

Ilustración 9: Crecimiento Per cápita



Fuente: FMI – MACROCONSULT

Para el 2017 se proyectó un crecimiento per capital de 4.0%, sin embargo, según encuestas realizadas en febrero del presente año los analistas económicos del Banco Central de Reserva (BCR) estimaron que el PBI crecerá solo 3.5%.

Ilustración 10: Crecimiento PBI

Encuesta de Expectativas Macroeconómicas: Crecimiento del PBI (%)

	Encuesta realizada al:		
	31 Dic.2016	30 Ene.2017	27 Feb.2017
Analistas Económicos 1/			
2017	4,0	3,8	3,5
2018	4,0	4,0	3,8
Sistema Financiero 2/			
2017	4,0	3,8	3,5
2018	4,0	4,0	4,0
Empresas No financieras 3/			
2017	4,1	4,0	3,8
2018	4,5	4,2	4,0

1/ 14 analistas en diciembre de 2016, 16 en enero de 2017 y 16 en febrero.
2/ 21 empresas financieras en diciembre de 2016, 19 en enero de 2017 y 19 en febrero.
3/ 368 empresas no financieras en diciembre de 2016, 348 en enero de 2017 y 327 en febrero.

Fuente: Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del PBI

Población económicamente activa

El Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas en junio, de 2016 informó que la población económicamente activa ocupada ascendió a 15.9 millones.

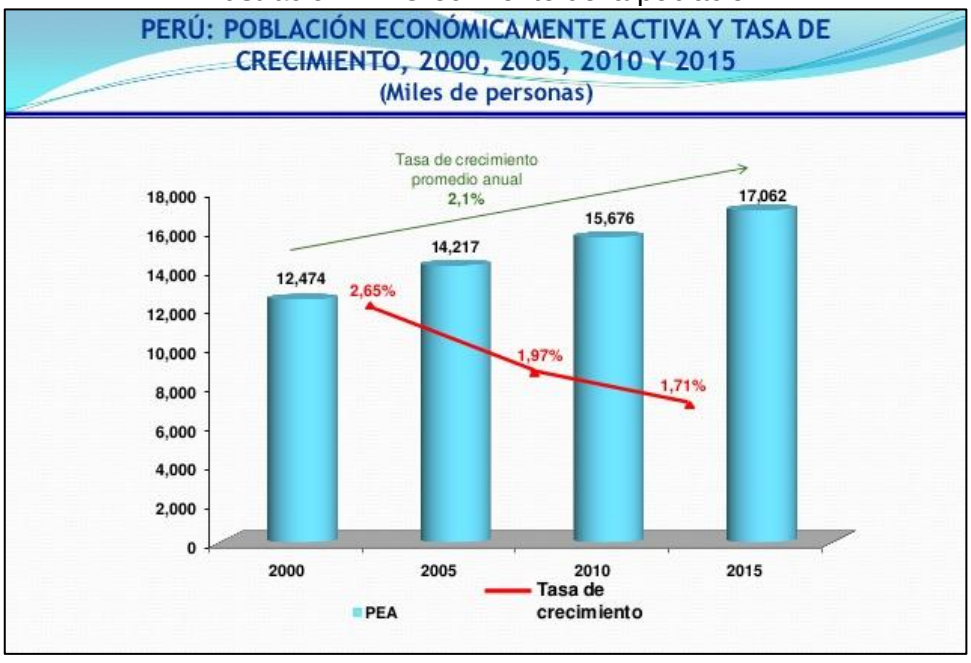
El 73.2% del PEA ocupado cuenta con un empleo informal, mientras que el 26.8% trabaja en empleos formales.

Comparando con el 2010 se puede decir que el trabajo informal se redujo en 3.9%. Durante el periodo 2000 – 2015 el porcentaje de trabajo informal en mujeres bajo 5.8%, y en los varones en 2.4%, a pesar de ello, en la actualidad el porcentaje de trabajo informal en mucho mayor en mujeres (75.9%).

En Lima la PEA incrementó 1.7% de noviembre 2016 a enero 2017, del total de la PEA el 56.2% son varones y 43.8% son mujeres. Respecto a las edades el 17.7% oscilan entre 14 y 24 años, el 48.4% tienen 25 y 44 años y el 33.9% tiene de 45 años a más. Entre las actividades que realizan, el 62% trabaja en el sector construcción, 9.5% manufactura, 18.3% comercio, 24.9% agricultura y el 39.5% en el sector servicios. También existe un 28% de PEA que tienen empleo informal, sin derecho a gratificaciones, CTS, seguros.

Al respecto podemos afirmar que estas cifras son favorables para nuestro negocio, debido a que en términos generales indica mayor capacidad económica en la población limeña.

Ilustración 11: Crecimiento de la población



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

PBI, Tasa de inflación.

Producto Bruto Interno (PBI).

En enero de 2017 la economía peruana creció 4.81%, un nivel superior al esperado, esto surgió al dinamismo mostrado del sector pesca con un crecimiento de 42.17% respecto a enero del año pasado, en tanto la minería mantuvo un crecimiento por encima de los dos dígitos, presento una variación de 14.75% según información del INEI en marzo de 2017.

El gobierno esperaba que el crecimiento del PBI al cierre del año sea de 4.0%, redujo su proyección a 3.5% a raíz de las diversas situaciones de emergencias que acontece el país, desaceleración de la inversión y por el riesgo del cierre de proyectos por el caso Odebrecht. El Banco Central de Reserva (BCR) proyecta para el 2018 un crecimiento de 4.1%.

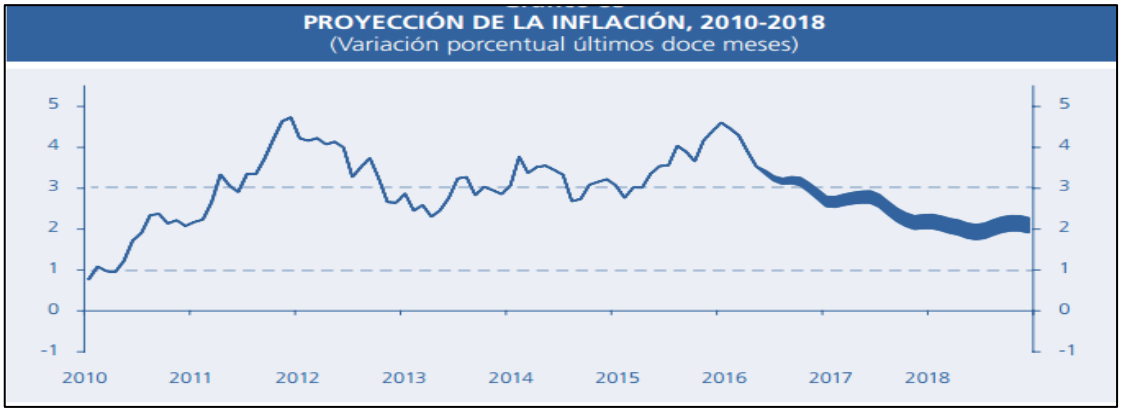
PBI Industria mascota

Según lo indica PETFOOD LATIANOAMERICANA revista de mascotas, en el Perú se espera que la industria de mascotas tenga un crecimiento del 10%. Para que se pueda lograr ese crecimiento, es necesario difundir mejor la estrategia de marcas, respecto al cuidado y alimentación de las mascotas.

Tasa de inflación.

En la actualidad la tasa de inflación ha subido en 1.3%, su nivel máximo después de 19 años, esto se debe al “Fenómeno El niño”, ya que varios departamentos del norte del Perú se han visto afectados por este tema. La inflación hasta Marzo de 2017 alcanzó 3.97%, porcentaje encima del rango meta del Banco Central de Reserva.

Ilustración 12: Tasa de inflación



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Leyes

Las leyes vinculadas a la protección de los animales son las siguientes:

- "Ley Nº 30407 Tenencia, Protección y Manejo de Animales"

"Artículo 15. Personal profesional"
"Las personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades económicas, de investigación, de protección y bienestar animal, que cuentan con establecimientos o predios donde existen animales, deben contar con profesionales capacitados para el manejo adecuado y especializado de animales según su especie."
Guardería 4 Patitas tendrá como administrador del local a un veterinario de profesión, con amplia experiencia en el rubro y a su vez contaremos con entrenadores de canes certificados en su rama.

- "Ley Nº 27596 "Ley que regula el Régimen Jurídico de Canes"

"Artículo 13.- Del régimen de infracciones y sanciones"
"Son infracciones graves, sancionadas con multa de hasta 1 UIT, las siguientes:
Conducir a un can por la vía pública sin identificación, sin bozal o sin correa, según sea el caso, o que la utilizada no sea razonablemente suficiente para ejercer su control, teniendo en cuenta su peso, tamaño, características físicas y agresividad, o quien lo conduzca no sea apto para ello, en el caso de canes considerados potencialmente peligrosos."
La ley indica que estas son las razas potencialmente peligrosas: Dogo Argentino, Fila brasilero, Tosa Japonés, Bul Mastiff, Dóberman, Rottweiler y American PitBull Terrier. Para poder atender a estas mascotas el dueño tiene que contar con un certificado del colegio de médicos veterinarios donde indique el detalle en mención, a fin de garantizar las medidas de prevención necesarias durante la estadía de este tipo de canes dentro de nuestras instalaciones.

2.2. Análisis PEST

2.2.1. Factor Político.

En conformidad con los términos político, técnico y legal impuestos por las entidades estatales, para el normal funcionamiento de nuestra guardería canina, tiene que ser constituida como empresa ante la entidad encargada para regirnos a los términos que

corresponden a la emisión de comprobantes de pago, sustento de gastos, pago de tributos, planilla de trabajadores y cumplimiento de pagos al estado y a los colaboradores.

Es importante contar con el permiso de Licencia Municipal de Funcionamiento para poder operar en el rubro de trato con animales y así evitar incurrir en infracciones o multa.
Trabajar con animales está mejor regulado a nivel nacional con la ley N° 30407 y su reglamento promulgado en el 2015 sobre el maltrato animal obliga a que existan adecuadas instalaciones y un correcto cuidado que garanticen a los clientes el cumplimiento de esta ley.

En las municipalidades de San Martín de Porres, Independencia y Los Olivos, existen varias restricciones para poder colocar una guardería canina en estas zonas, sólo permiten la apertura de servicios veterinarios.

2.2.2. Factor Económico.

"Durante el año 2016 los peruanos gastaron S/. 642,4 millones en alimentos y productos para el cuidado de sus mascotas", según Euromonitor Internacional." Para el 2021 la consultora proyecta que este mercado tendrá un aumento del 39%", sin considerar otro tipo de servicios como veterinarios, guarderías y de recreación que los consumidores están dispuestos a pagar.

La consultora Invera realizó un estudio que dio como resultado que el 45% de familias peruanas tiene perros en casa.
Pese a los efectos de El Niño Costero en varias regiones del país el turismo interno logrará crecer 15% este año, estimó Canatur (Cámara Nacional de Turismo del Perú).
Definitivamente el turismo interno generará la necesidad para las familias con mascotas, de buscar posibles lugares donde puedan alojarlas durante el periodo que se encuentren de viaje.

2.2.3. Factor Social.

En nuestro país hay un grupo importante de personas que se consideran amantes de los animales y les agrada tener mascotas en casa, tanto así que incluso durante el año hay fechas específicas para compartir con ellos, como es el caso del día de la mascota, que se celebra el 2 de octubre de cada año. Precisamente en Octubre del año pasado

aprovechando esta fecha, CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública), realizó un estudio sobre los gustos y preferencias de los peruanos con respecto a sus mascotas, concluyendo que el 62.4% de los limeños posee una mascota en casa, siendo los perros los que encabezan la lista, llegando a estar presentes en el 80.1% de los domicilios limeños; en el segundo lugar de preferencia quedaron los gatos, con un 36.8% de presencia en los hogares limeños, seguidos por los loros en el tercer lugar con un 4.1% y los conejos con un 2.8%.

Actualmente si comparamos el presente con el pasado podemos darnos cuenta que hay muchas cosas que han cambiado y una de ellas es la interacción de las personas con sus mascotas, hoy las mascotas son consideradas parte de la familia y no son ajenas a los buenos tratos y especiales cuidados que merecen. En el caso de los perros, quien tiene uno ya es consciente que debe designar parte de su presupuesto para que su engreído tenga una adecuada calidad de vida, la inversión va desde sus vacunas y desparasitaciones, hasta su alimentación y trajes de temporada.

Un claro ejemplo de que los tiempos han cambiado, es que existen parques para que los perritos puedan jugar sin temor a quejas de vecinos, éstos se encuentran en los distritos de Miraflores, La Molina y Jesús María sin embargo la zona norte no es ajena a esta movida canina ya que el año pasado inauguraron el Primer Parque para mascotas de Lima Norte, “Zona Guau”, ubicado en Los Olivos. Aquí encontramos rampas, vallas para saltar, pasarelas, túneles de obediencia y más juegos de agilidad, dando la oportunidad de que los dueños interactúen con sus mascotas y ellas puedan liberar toda su energía acumulada, incluso el alcalde ha prometido replicar este parque en otras zonas del distrito. Esto demuestra que hay una preocupación por cubrir las necesidades de las personas que tienen mascotas, pues son conscientes que es una tendencia que va en crecimiento.

Además hay otras actividades que tienen en su agenda a caninos como la del reciente 23 de Julio donde la Asociación Peruana para la Protección de los Animales (ASPPA), junto con la municipalidad de Surco como celebración del “Día del Perro” que fue el 21 de Julio, organizó una caminata 3k ‘Caminemos juntos por los animales sin hogar’, con la finalidad de recaudar fondos para promover la adopción de más de 100 perros que se encuentran en busca de un hogar y a la vez crear consciencia de los millones de perros que son víctimas de abandono a causa de dueños irresponsables.

2.2.4. Factor Tecnológico.

El mercado de las mascotas se ha venido sofisticando en estos últimos años, prueba de ello es la existencia de nuevos productos que van de la mano con la tecnología.

En la siguiente ilustración se observa productos caninos con tecnología incorporada.

Ilustración 13: Factor Tecnológico

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Hoison	Es un alimentador inteligente para mascotas, consiste en un dispensador de alimentos que es activado mediante un app, para que los dueños tengan la facilidad de alimentar a sus mascotas en los horarios correctos, con las porciones adecuadas y además les permite interactuar con ellos a través de la cámara y micrófono de alta resolución incorporados en el aparato. Este gran producto contribuye a disminuir el estrés de la mascota por quedarse sola en casa, ayuda a controlar su peso al recibir las porciones adecuadas, representando un ahorro de hasta un 30% en el gasto de la comida para mascotas.	
Kyon Pet Tracker	Collar canino con GPS y acelerómetro que indica los movimientos de la mascota, también informa si está perdida, teniendo el dueño la opción de escribir un mensaje que aparecerá en la pantalla led del collar, seguido de un número de contacto. Este aparato también tiene un sensor de temperatura que informa si la mascota tiene mucho calor; tiene la opción de emitir un sonido de alta frecuencia a fin de evitar peleas entre perros, es resistente al agua y a través de la tecnología bluetooth avisa al dueño en caso de que el can se encuentre en riego de ahogarse.	
Pet Cube	Es un dispositivo que integra cámara, micrófono, parlantes y un rayo láser que permite a los dueños jugar a distancia con su mascota a través de su celular.	

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Dog TV	Es un canal exclusivamente para perros, donde pasan imágenes de otros perros jugando, durmiendo y algunos de ellos serán visto desde la perspectiva de los animales.	
The Canine Treadmill	Es una caminadora para que los perros puedan ejercitarse, contando con tres tamaños, según la raza del can y tiene los mismos atributos que una máquina para humanos.	
Go-Go Dog Pals	Es un juguete de material resistente para ser mordido sin ser dañado, viene en distintos tamaños y formas, con un control remoto de largo alcance.	

Fuente: Elaboración Propia

A finales de enero de este año la compañía francesa Jagger & Lewis lanzó en Francia, Estados Unidos e Inglaterra un collar tecnológico que ayuda a entender el estado de ánimo de los perros.

Ilustración 14: Collar tecnológico

Fuente El Nacional de Chile

También se pueden encontrar comederos programables, bebederos electrónicos, en el extranjero ya existen los accesorios con GPS de alto alcance a fin de ubicar rápidamente a las mascotas perdidas, controladores de ladridos, juguetes y artefactos controlados por aplicativos móviles.

Ilustración 15: Tecnología en alimentación de mascotas

Fuente: Elaboración propia

Otros productos:

En nuestro país se venden los collares con GPS y cámaras de vigilancia para mascotas. Recientemente dos egresados de la Universidad Agraria han creado un APP llamada “Pata de Perro”, el cual busca ayudar a localizar rápidamente a los perros perdidos, funciona siempre y cuando los usuarios colaboren brindando información en el aplicativo.

Ilustración 16: Otros productos tecnológicos

Fuente: Elaboración propia

2.3. Análisis del Micro entorno

2.3.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.

En Lima Norte existen tres competidores directos, los cuales sólo ofrecen el servicio de cuidado de la mascota, los precios que manejan oscilan entre S/ 25.00 y S/ 40.00 por días y están situados en los distritos de Carabayllo y Puente Piedra. No comparten mucha información en internet, ni tienen promociones o un plan de marketing que genere gran impacto en los clientes, lo que indica que el nivel de agresividad es bajo.

En la tabla Nro. 2 se muestra un comparativo de la competencia directa, desde su ubicación, los servicios que ofrecen, sus costos, su valor agregado y toda la información relevante de cada una de éstas guarderías.

Tabla 2: Competidores actuales

Competidores Directos	Ubicación	Información general:	Servicio	Precio	Valor agregado	Información Adicional
	San Pedro de Carabayllo S/N - Distrito Carabayllo	Ofrece el cuidado de las mascotas, hospedaje y guardería	Cuidado a la mascota, baño gratis, se envía fotos o videos en la estadía de la mascota a pedido del cliente	Por día S/ 25.00. Por quincena se hace una rebaja hasta de S/ 15.00 diarios	Comando básico (ayuda a la mascota para que pueda controlar su genio, y a los dueños brinda consejos y clases para mejorar la conducta)	La mascota tiene que llevar su comida y colcha, las mascotas son separadas por tamaño y sexo, no aceptan perros pit bull. El lugar difícil de ubicar (sin numeración), para dejar a la mascota puedes contactarte con anticipación para una cita con la guardería solo atienden a partir de las 3:00pm. Los sábados y domingos sólo le cuidan a las mascotas la seguridad del local
	Óvalo de puente piedra – Ex fundo san Lorenzo – Distrito de Puente Piedra	Cuidado de la mascota, para que pueda pasar un momento acogedor y ayuda en la conducta del can, también se sociabiliza con otros perritos.	-	Por día S/ 40.00 (incluye movilidad de recojo y entrega sin cargo adicional, tiene que estar en los distritos aledaños)	En su aniversario crea campañas a sus clientes frecuentes, para que participen de beneficios exclusivos como paseos dentro de la guardería.	No dan comida y tiene que llevar un apego (manta o cama). El perrito debe ser sociable, no agresivo, para que pueda disfrutar de nuestro parque los días que se quede con nosotros. Toda atención es previa cita con 24 horas de anticipación. Pasa por una entrevista el dueño del can para que pueda dejar en la guardería
	Av. Carabayllo referencia (Cementerio San Pedro) – Distrito de Carabayllo	Guardería de las mascotas (perros, conejos y gatos)	Cuidado de la mascota (perros, gatos y conejos), Veterinaria 24 horas	Por día S/.50.00 y S/.525 por 15 días	Dentro de las instalaciones pasean a las mascotas con sus collares	Tienen que llevar su alimentación la mascota, toda mascota tiene que llegar su ficha de la última vacuna, si están desparasitados, y como referencia veterinaria donde se atiende la mascota. No incluye traslado de la mascota. Pasa por previa cita, comunicándose a los teléfonos registrados

Fuente Elaboración Propia

2.3.2. Fuerza negociadora de los clientes.

Los clientes tienen un bajo nivel de negociación, debido que no existe un número alto de guarderías caninas en Lima, y las que ya existen en el mercado cuentan con precios muy altos, dejándolos sin otra opción que acatarlos.

¿Cuántos clientes hay? ¿Tienen dinero?

Porter, Michael E., (2015), *Ser competitivo*, los compradores serán fuertes negociadores de precios cuando estos costos sean altos y representen gran porcentaje de sus ingresos, de tal manera buscarán un producto o servicio que de grandes beneficios.".

El poder de negociación de los futuros clientes en la industria será bajo ya que Guardería Cuatro patitas, pretende ingresar al mercado como una guardería canina confiable, que trabaja de la mano de la tecnología, siendo una propuesta no antes vista en Lima Norte, además de ofrecer paquetes económicos, medianos y Premium.

Porter, Michael E., (2012), *Estrategia Competitiva*, nos dice: cuando se identifique un grupo de clientes con poco poder de negociación es importante seleccionarlos para poder tener el poder sobre ellos.

En lima Norte, del total de habitantes de los distritos de Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres, el 2% pertenece al nivel socioeconómico A, el 23.7% pertenece al nivel B y el 52.1% al nivel C.

Ilustración 17*: Distribución de nivel socioeconómico*

Apeim

DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2016 - LIMA METROPOLITANA

PERSONAS - (%) HORIZONTALES

Zona		Niveles Socioeconómicos				
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	4.8	21.7	42.4	23.8	7.3
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	100	0.5	10.9	46.6	29.8	12.2
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.0	23.7	52.1	19.8	2.4

Fuente: APEIM

¿Cuál es la necesidad relevante?

Los perros como mascotas tienen presencia en el 80.01% de los hogares limeños y los servicios que más solicitan son los de baño 29.9%, spa 20.9%, cuidado o paseo 4.4% gastando en promedio mensual entre S/ 150.00 a S/ 250.00, según el estudio realizado por CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública), estos datos demuestran el perfil Pet Lover de los limeños.

¿El servicio que se ofrece en la industria es estándar o diferenciado?

Nuestra meta es posicionarnos en la mente de nuestros clientes como una guardería canina que brinda confianza a través de la tecnología, punto diferenciador entre otras guarderías ubicadas en Lima Norte.

2.3.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores de local, es alto debido que no hay disponibilidad de muchos locales con las características que deseamos para ejecutar una guardería canina, el poder de negociación de los proveedores de alimentos caninos y de plataforma virtual es bajo, ya que existen varios en el mercado. Guardería Cuatro patitas trabajará con los siguientes proveedores:

Tabla 3: Proveedores de guardería

Proveedores	Descripción	Monto
Dueño del Local	Ubicado en Puente Piedra, 3000m2	$ 1,000.00
Distribuidora "Vitanor"	Venta al por mayor de alimentos para perros	S/. 99.00
Plataforma Virtual	Servicios del Sr. Ronald Lazo	S/. 8,485.00

Fuente: Elaboración propia

¿Es importante la industria para este tipo de proveedores?

Con respecto al local, sí es importante ya que sus características se ajustan a la necesidad que buscan cubrir las guarderías caninas, como es el espacio amplio.
La distribuidora “Vitanor”, comercializa alimentos de mascotas de diferentes marcas, definitivamente es vital para ellos conseguir más clientes que requieran de este tipo de productos.
Para los servicios de plataforma virtual no es importante la industria de mascotas, este tipo de proveedor se concentra en cubrir la necesidad de sus clientes independientemente del giro del negocio que tengan.

¿El producto es relevante para nosotros?

Los tres proveedores son relevantes para el negocio ya que son piezas claves para que se dé un buen funcionamiento del mismo, por tal motivo es de suma importancia llegar a acuerdos favorables para ambas partes.

¿Los productos que ofrecen los proveedores son diferenciados entre sí?

Los locales para alquiler se diferencian en el precio y en los metros cuadrados, sin la decisión se basó en lo económico y en el tamaño del establecimiento.
Los distribuidores de comidas caninas no se diferencian mucho en los precios, pero sí en la variedad de marcas que comercializan.
Hay muchos proveedores de plataforma virtual y sus servicios no se diferencian grandemente entre sí, sin embargo, se escogió el servicio del Sr Ronald Lazo porque el costo es 5% menor que el resto.

¿El grupo está dominado por pocas empresas y muestra mayor concentración que la industria a la que vende?

No hay demasiados locales a disposición para alquiler, ni demasiados distribuidores de alimentos, caso contrario con respecto al proveedor de plataforma virtual.

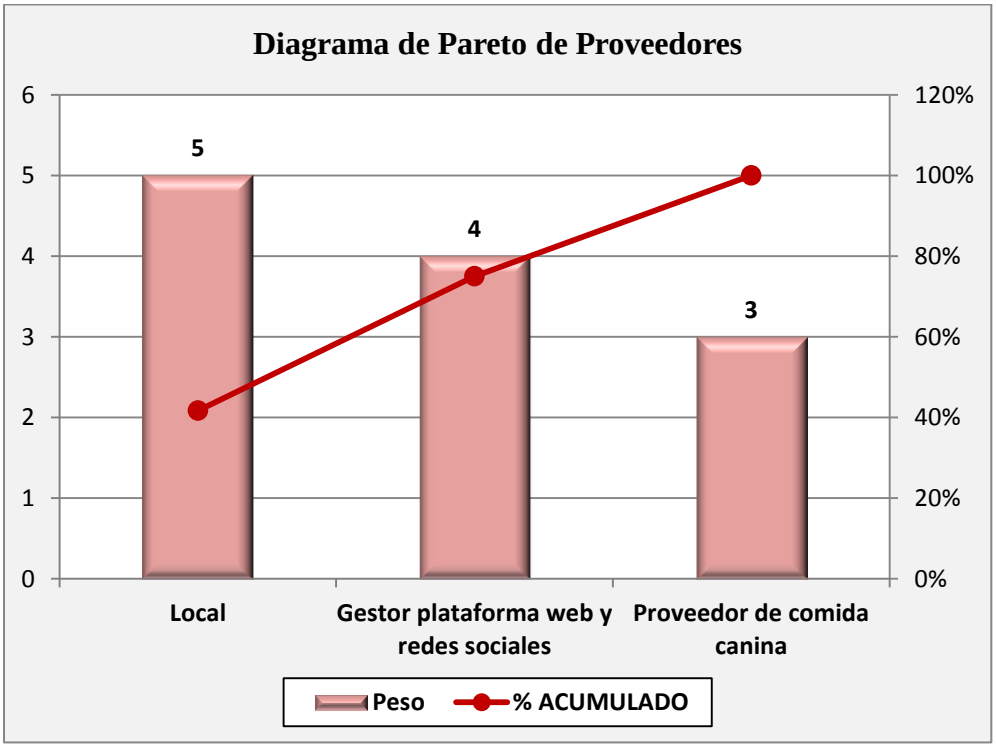
A continuación, se muestra la ponderación para definir el rango de importancia de los proveedores para el presente proyecto.

Tabla 4: Proveedores del negocio

Proveedores	Peso	% RELATIVO	% ACUMULADO
Local	5	42%	42%
Gestor plataforma web y redes sociales	4	33%	75%
Proveedor de comida canina	3	25%	100%
Total	**12**	**100%**	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración Propia

2.3.4. Amenaza de productos sustitutos.

Dentro de los servicios sustitutos que existen en el rubro de guarderías y hospedajes caninos, se encuentran las veterinarias las cuales ofrecen caniles para que las mascotas puedan permanecer en caso sus dueños necesiten encargarlas.

2.3.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

No es difícil ingresar al mercado de guarderías caninas, por lo que es posible tener que lidiar con nuevos competidores en un futuro no tan lejano.

- **Economía de escala por parte de la oferta:** En el rubro de guardería canina no aplica porque se ofrece un servicio, no un producto, por ende, no hay forma de que bajen los costos en gran magnitud.
- **Beneficios de escala por parte de la demanda:** Hay un nicho de pet lover´s, que sí necesitan el servicio de guardería canina, por ende, sí estarían dispuestos a pagar por el servicio y según la percepción de la atención recibida, se formaría una red de recomendaciones de nuestra empresa.
- **Acceso desigual a los canales de distribución:** Al ser una empresa de servicios nuestro canal de distribución es directo hacia el cliente, la industria de guarderías caninas no es abundante, sin embargo siempre habrá disponibilidad de terrenos o locales para empezar operaciones de este rubro.
- **Política restrictiva del gobierno:** La guardería estará ubicada en el distrito de Puente Piedra, la licencia de funcionamientos y permiso no requiere de un trámite engorros

Ilustración 18: Mercado sustituto

3. Capítulo III: Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

3.1.1. Visión

“Llegar a ser la empresa más importante de Lima en cuidado de mascotas, con alto reconocimiento por la calidad de nuestro servicio, adaptados siempre a las necesidades de nuestros clientes”.

3.1.2. Misión

“Ser la mejor propuesta en servicios de cuidado de mascotas, con presencia en la Zona Norte de Lima, optimizando el ahorro de nuestros clientes, de la mano de la tecnología para brindarle confianza, satisfaciendo sus altas expectativas en conocimiento y calidad de la atención canina. Siempre con un pensamiento íntegro que vela también por el crecimiento profesional de nuestro equipo de trabajo y afianzando el compromiso con la sociedad sin dejar de lado el cumplimiento de las expectativas de estabilidad financiera de la empresa.

3.2. Análisis FODA.

Fortalezas:

- Precios diferenciados
- Servicio totalmente personalizado
- Alianza con veterinarias
- Instalaciones cómodas y amplias
- Cámaras de seguridad con acceso directo desde el APP

Debilidades

- Altos costos por falta de financiamiento
- Abanico limitado de servicios
- Ubicación distante del segmento objetivo

Amenazas

- Reducidas barreras de entrada
- Elevados costos en alquiler del local.

- Mejoras en estrategias publicitarias de la competencia
- Restricciones de las municipalidades

Oportunidades

- Crecimiento poblacional en San Martín de Porres y Los Olivos
- Presencia de canes en el 80.1% de hogares limeños
- Disposición de redes sociales
- Disponibilidad de productos tecnológicos para mascotas
- Proveedores a disposición

Tabla 6: FODA

Fuente: Elaboración propia

3.3. Objetivos.

- Generar tráfico web en el primer año de operación
- Generar un crecimiento de ventas del 10% en el segundo periodo
- Alcanzar 10,000.00 suscriptores en el primer año
- Tener un índice de Nivel de Recomendación -NPS >50% en los dos primeros años

4. Capitulo IV: Estudio de Mercado

4.1. Investigación de mercado

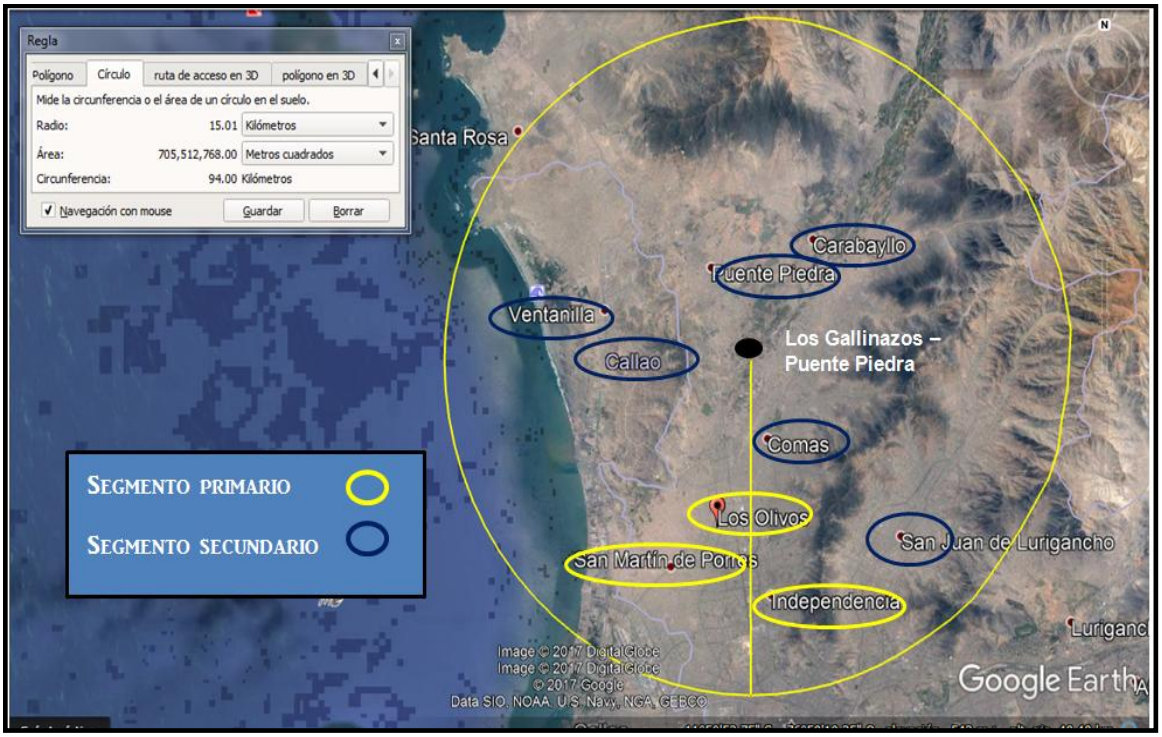
4.1.1. Criterios de segmentación.

Geográfico

El mercado objetivo de Guardería Cuatro patitas se encuentra en la zona norte de Lima (Zona 2), conformada por los distritos de San Martín de Porres, Los Olivos e Independencia.

El siguiente mapa muestra la ubicación de “Guardería 4 Patitas”, estamos considerando un radio de 15 km. Aquí se observa la ubicación de los distritos que conforman la zona 2 (segmento primario); así como también los otros distritos que se encuentran en los alrededores (segmento secundario).

Ilustración 19: Ubicación de Segmento primario y Secundario



Fuente Elaboración Propia

Demográfico

Tabla 7: Segmentación

Segmentación Demográfica	
Sexo:	Hombres y Mujeres
Edad:	De 22 a 60 años
Nivel Socioeconómico	NSE A, B y C+
Ingresos:	Mayores a S/.1500.00

Fuente Elaboración propia

Psicográfico

Todas las personas que consideran a sus mascotas como un miembro más de su familia, consideradas personas *Pet Lover,* es decir personas que humanizan a sus mascotas. A estas personas les gusta invertir en su cuidado, engreírlos y se preocupan por su bienestar general.

Ilustración 20: Nivel Psicográfico

Fuente Elaboración propia

4.1.2. Marco muestral

El resultado de la muestra óptima es de 164 personas.

Tabla 8: Marco Muestral

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas

INGRESO DE PARAMETROS

Tamaño de la Población (N)	**428,555**
Error Muestral (E)	**0.05**
Proporción de Éxito (P)	**0.5**
Proporción de Fracaso (Q)	**0.5**
Valor para Confianza (Z) (1)	**1.28**

(1) Si:	**Z**
Confianza el 99%	2.32
Confianza el 97.5%	1.96
Confianza el 95%	1.65
Confianza el 90%	1.28

Tamaño de Muestra	
Fórmula	164
Muestra Optima	164

Fuente: Elaboración Propia

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

Tabla 9: Entrevista de profundidad

Datos del participante	
Nombre y apellido	Giohana Solís
Distrito	Los Olivos
Nombre de mascota	Candy
Edad de mascota	4 años

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

Calentamiento

Objetivo: El objetivo en esta etapa es romper el hielo con la participante y conocer en términos generales la relación con su mascota.

Considera que su mascota es muy importante, es un amigo fiel para ella, le da mucho cariño, siente que es transparente y siempre está presente.

Preocupación por su mascota

Objetivo: Deseamos conocer el nivel de cuidados que brinda a su mascota para comprobar su nivel de *Pet Lover.*

Tiene un presupuesto designado para el cuidado de Candy, gasta en baños, corte de pelo, pedicure y servicios de relajación.

Guardería canina

Objetivo: Saber si ha escuchado del servicio de guarderías caninas y conocer su opinión al respecto.

Utilizó el servicio de la guardería “Urion Azul” cuando tuvo que viajar por trabajo o por vacaciones, el servicio le costó S/ 20.00 por 5 horas, sin considerar alimentos. El servicio no le gustó porque tenían a Candy en una jaula y no le daban la atención debida.

Indagaciones para el servicio de Guardería 4 Patitas

Objetivo: Conocer su opinión con respecto al servicio propuesto.

Está dispuesta a utilizar el servicio, recomienda que incluya adiestramiento, espacio amplio y libertad para las mascotas, *evitar jaulas*. Le gustaría que esté ubicada en el distrito de Los Olivos o en zonas aledañas.

Precios

Objetivo: Saber cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios propuestos.

Por los servicios de Guardería 4 Patitas propuso los siguientes precios:

- Paquete Básico: S/ 40.00
- Paquete Medio: S/ 60.00
- Paquete Premium: S/ 100.00

Focus Group.

Fue elaborado el día jueves 14/09 a las 7:30pm con una duración de 2 horas y media.
Las personas que participaron son las siguientes:

Tabla 10: Focus Group

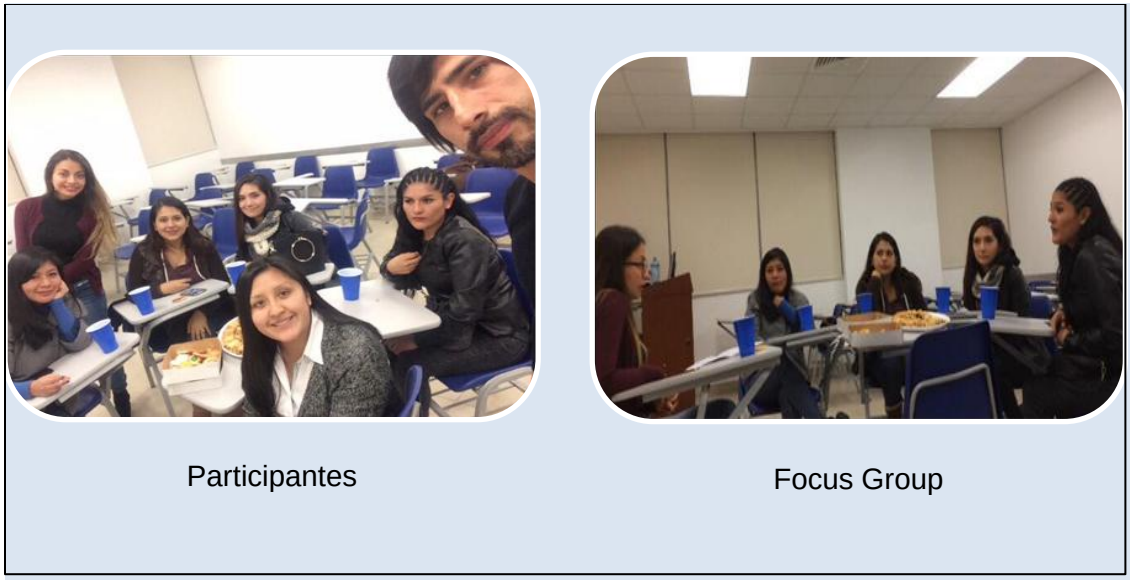
Nombre y apellidos	DNI
María Chalán Zúñiga	47336043
Eliana Morales Sahuaraura	48067518
Evelyn De las Casas Chino	46621910
Karina flores Cuadros	43340394

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones:

- Tienen más de una mascota.
- Están pendientes de sus chequeos, vacunas, gastan en accesorios y juguetes.
- x
- Tienen conocimiento del servicio de guardería canina, por medio de amistades o por internet, saben que se encuentran en Lurín y Pachacamac.
- No han utilizado el servicio de guardería canina por la desconfianza que les genera y porque consideran se encuentran muy lejos.
- Por comodidad prefieren encargar a sus mascotas a un familiar, en caso tengan que ausentarse de sus casas.
- Usarían el servicio de guardería siempre y cuando tengan la seguridad de que sus mascotas estarán protegidas y bien cuidadas.
- Por el servicio de guardería canina podrían pagar entre S/ 80.00 y S/ 150.00.
- Si les gustaría que la guardería este ubicada en el distrito de Puente Piedra, pero recomiendan que nuestras instalaciones tengan un espacio amplio con zonas de juegos, sin que estén enjaulados.

Ilustración 21: Focus Group



Fuente Elaboración Propia

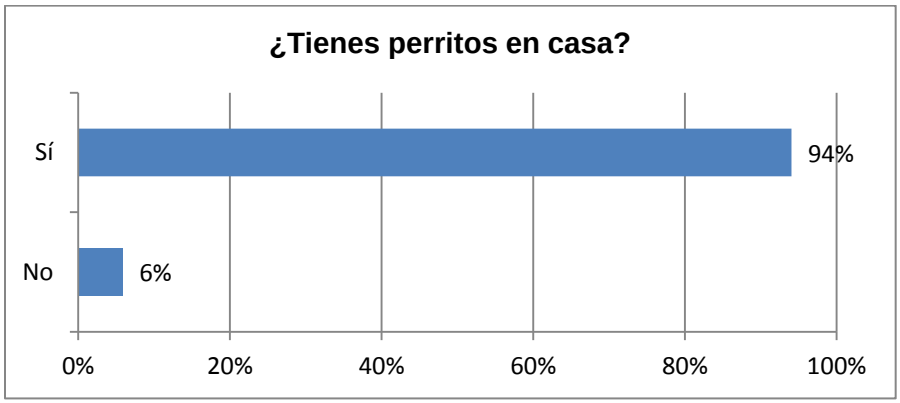
4.1.4. Encuestas.

Las encuestas se realizaron a 203 personas, la primera pregusta filtro fue:

¿Tienes perritos en casa?

Del total de encuestados 191 personas respondió que sí tenían perritos en casa, significando el 94% del total.

Tabla 11: Pregunta 1del cuestionario



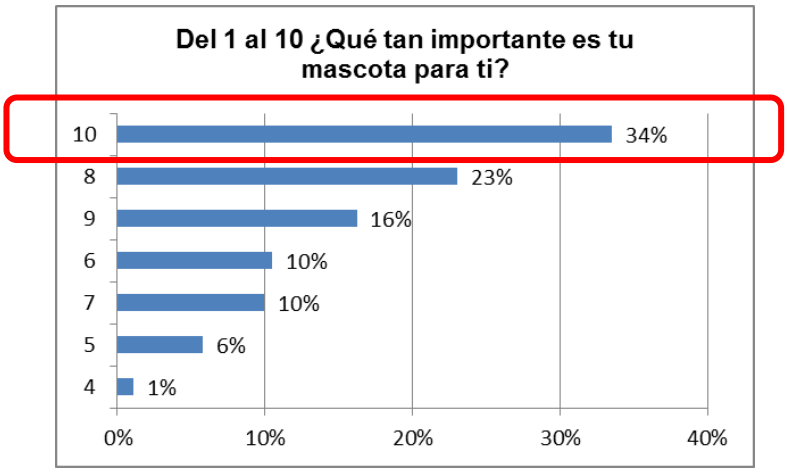
Fuente Elaboración Propia

- La segunda pregunta filtro fue:

Del 1 al 10 ¿Qué tan importante es tu mascota para ti?

Consideramos el rango de puntaje de 10, como personas *Pet Lover*, representando el 34% del total. En adelante analizaremos la información recopilada en base a este nuevo total.

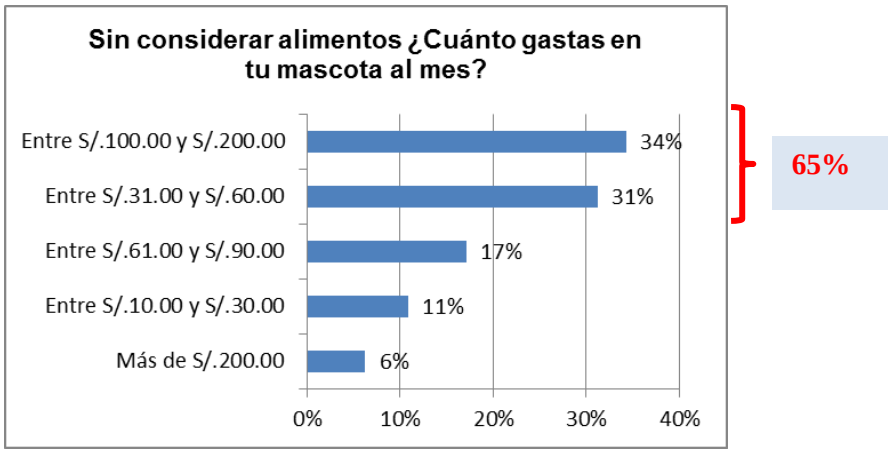
Tabla 12: Pregunta 2 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- El 65% del total, sin considerar alimentos gasta en su mascota entre S/60.00 y S/200.00, con este resultado se demuestra la importante inversión que hacen los dueños de las mascotas para complacer sus necesidades.

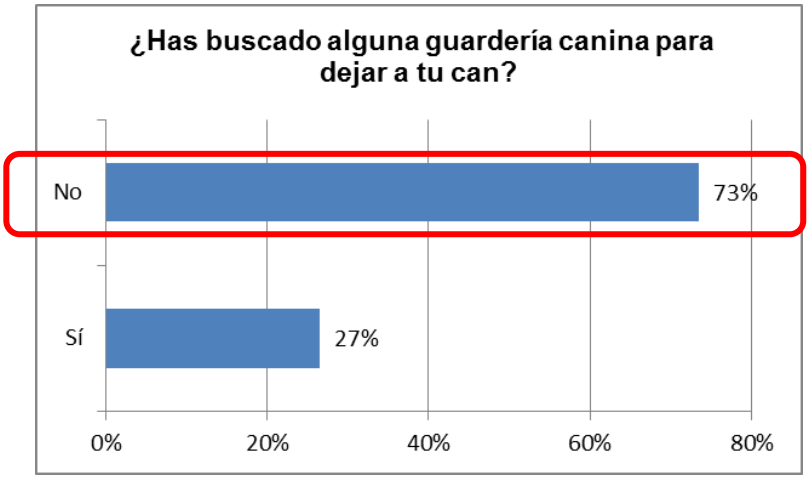
Tabla 13: Pregunta 3 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- Sólo el 27% ha buscado una guardería canina, esto indica que los negocios que ya tienen este servicio en el mercado no se están preocupando por emplear una adecuada estrategia de posicionamiento.

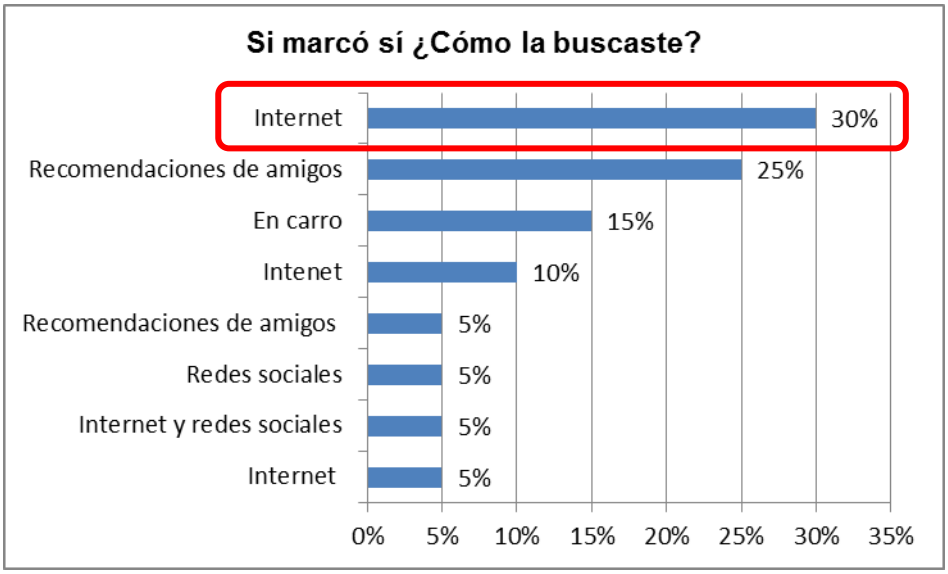
Tabla 14: Pregunta 4 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- De las personas que sí buscaron una guardería canina, el 30% lo hizo a través de internet.

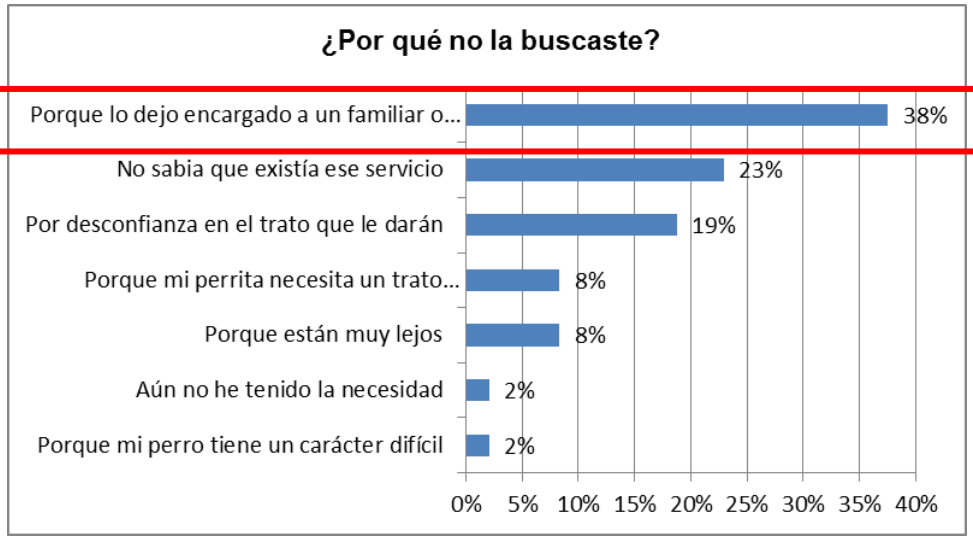
Tabla 15: Pregunta 5 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- Del grupo de personas que no buscó una guardería canina, el 38% no la buscó porque dejaron a su mascota con un familiar, el 23% no sabían que existía ese servicio y el 19% desconfía del servicio que éstas ofrecen.

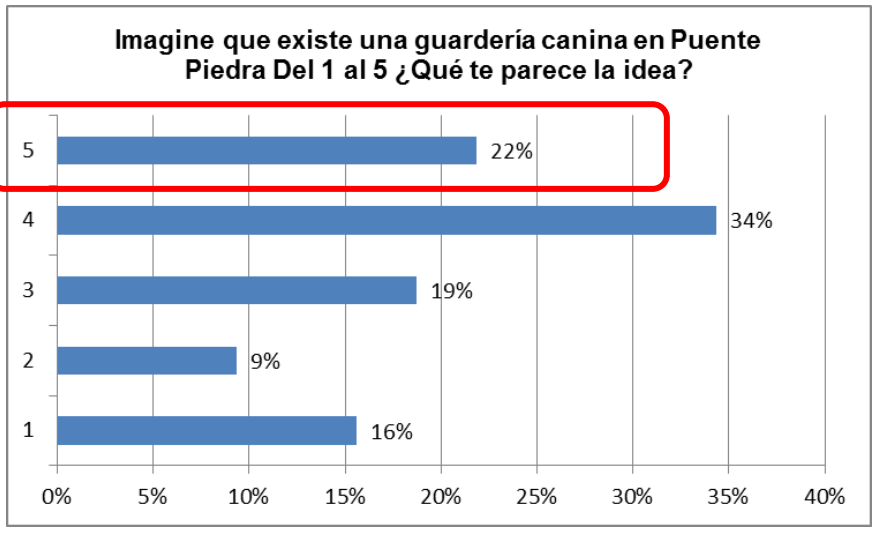
Tabla 16: Pregunta 6 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- El 22% calificó con 5 puntos, encontrar una guardería en el distrito de Puente Piedra.

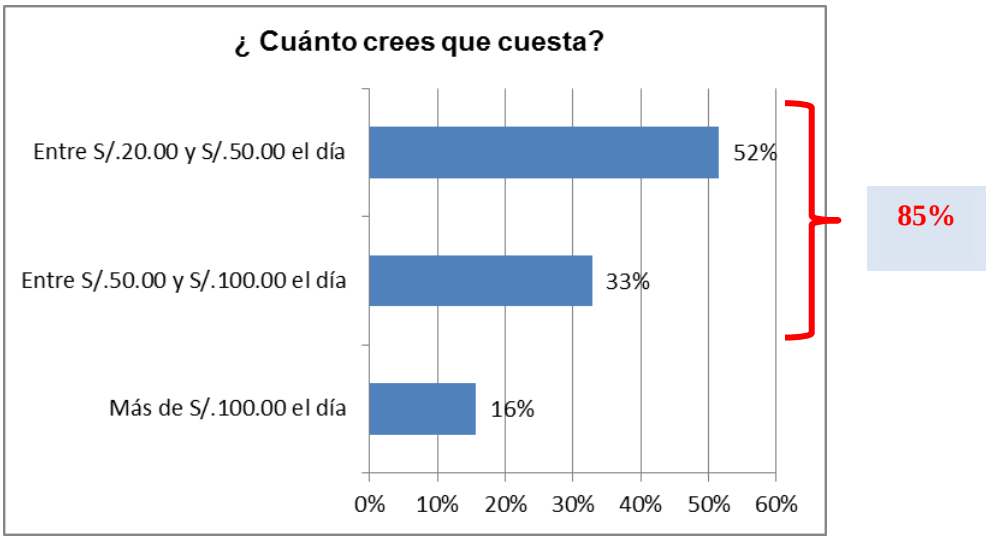
Tabla 17: Pregunta 7 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- El 85% cree que el servicio de esta guardería oscila entre S/.20.00 y S/.100 el día.

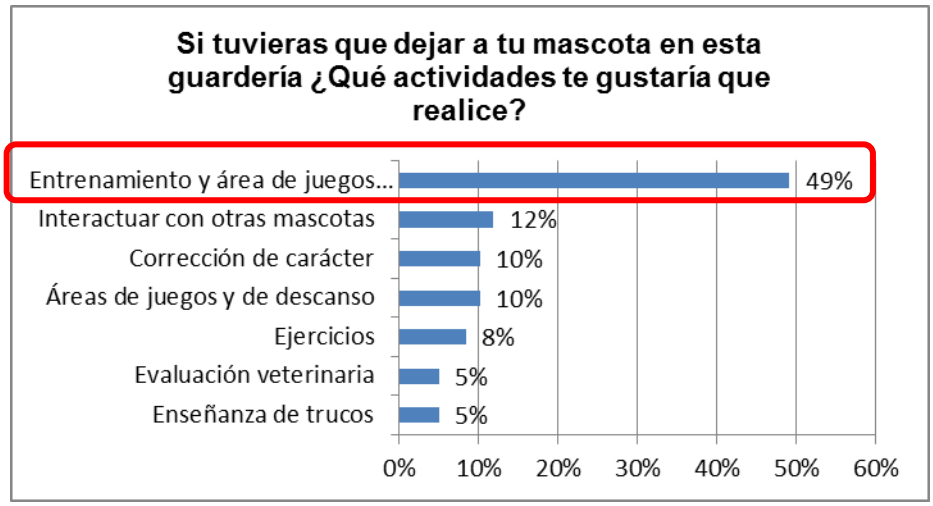
Tabla 18: Pregunta 8 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

- El 49% desea que la guardería incluya entrenamiento y áreas de juegos con juguetes.

Tabla 19: Pregunta 9 del cuestionario



Fuente Elaboración Propia

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

Nuestro mercado potencial está conformado por la población de 22 a 60 años de la Zona 2, donde se ubican los distritos de Los Olivos, Independencia y San Martin de Porres, pertenecientes a los niveles socioeconómicos NSEA, NSEB y NSEC+.

Primer Proyectado

En este proyectado sólo tomaremos en cuenta la población de los distritos de la zona 2, entre 22 y 60 años.

Tabla 20: Primer proyectado

Proyectado

Zona 2	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Población Total	746,498	762,531	777,835	794,864	811,324	828,125	845,275	862,779	880,645	898,882

Fuente Elaboración Propia

Segundo proyectado

De la población proyectada a partir del 2018 disgregaremos la población que no pertenece a los NSE A, B y C+, para quedarnos con nuestro mercado potencial.

Tabla 21: Segundo proyectado

Total Población Zona 2	Proyección	NSEA	NSB	NSC+	Proyección NSE A, B y C+
		2.00%	23.70%	26.05%	
2,018	828,125	16,563	196,266	215,727	**428,555**
2,019	845,275	16,906	200,330	220,194	**437,430**
2,020	862,779	17,256	204,479	224,754	**446,488**
2,021	880,645	17,613	208,713	229,408	**455,734**
2,022	898,882	17,978	213,035	234,159	**465,171**

Mercado Potencial	2018	2019	2020	2021	2022
	428,555	437,430	446,488	455,734	465,171

Fuente Elaboración Propia

4.2.2. Estimación del mercado disponible.

Para determinar el mercado disponible recurrimos a la investigación de mercado, formulando las siguientes dos preguntas:

- *¿Tiene perritos en casa?*

Del total de 203 personas, el 94% respondió afirmativamente y el 6% que no.

- *Del 1 al 10 ¿Qué tan importante es tu mascota para ti?*

Las respuestas fueron variadas sin embargo se decidió elegir sólo las respuestas con puntaje igual a 10. Por lo tanto, del grupo que respondió que sí tiene perritos en casa, el 34% calificó con puntaje igual a 10 el nivel de importancia de sus macotas para ellos.

Al multiplicar el mercado potencial por 94% y 34% respectivamente nos da el siguiente mercado disponible:

Tabla 22: Mercado Disponible

Mercado Disponible	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
	136,966	139,803	142,698	145,653	148,669

Fuente Elaboración Propia

4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

Para hallar el mercado efectivo recurrimos a la siguiente pregunta:

- *Imagine que existe una guardería canina en Puente Piedra Del 1 al 5 ¿Qué te parece la idea?*

Se consideró los puntajes igual a 5, dando un resultado del 22% del total. Por lo tanto, el mercado efectivo es el siguiente:

Tabla 23: Mercado Efectivo

Mercado Efectivo	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
	30,133	30,757	31,393	32,044	32,707

Fuente Elaboración Propia

4.2.4. Estimación del mercado objetivo.

Para obtener el mercado objetivo se formuló la siguiente pregunta:

- *¿Cuánto crees que cuesta la guardería canina?*

Con esta pregunta se quiso averiguar las expectativas en precios de los clientes con respecto a este servicio. Se escogieron las respuestas que estaban dentro del rango de S/.50.00 y S/.100.00 el día, representando el 33% del total.

Tabla 24: Mercado objetivo

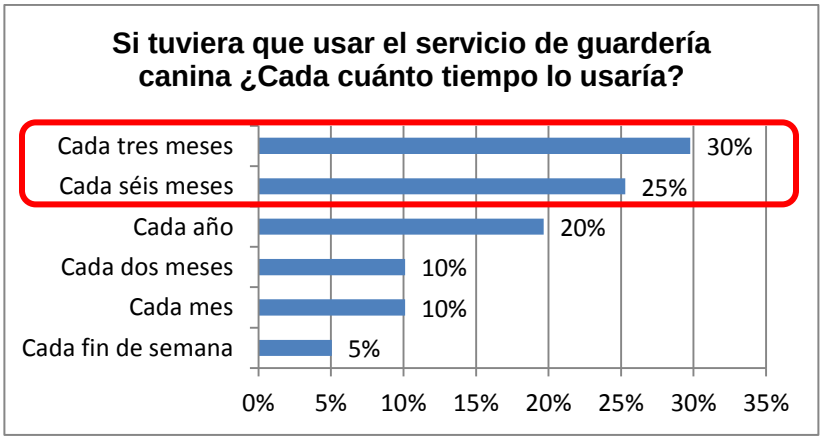
Mercado Objetivo	2018	2019	2020	2021	2022
	9,944	10,150	10,360	10,574	10,793

Fuente Elaboración Propia

4.2.5. Frecuencia de compra.

Para averiguar la frecuencia de compra de nuestro servicio, en las encuestas realizadas hicimos la siguiente pregunta: *Si tuviera que usar el servicio de guardería canina ¿Cada cuánto tiempo lo usaría?* El 30% respondió cada 90 días y el 25% respondió cada 180 días.

Tabla 25: Frecuencia de compra



Fuente Elaboración Propia

Una vez obtenidos los resultados los ponderamos. Cada opción de la pregunta la reflejamos al año, por ejemplo, en el caso de fines de semana, tenemos 52 fines de semana al año y

por último multiplicamos esta última cifra por los resultados de la encuesta, dándonos la frecuencia de compra del servicio.

Si tuviera que usar el servicio de guardería canina ¿Cada cuánto tiempo lo usaría?

Tabla 26: Frecuencia de compra

Alternativas	Resultados	%	Al año	Frecuencia
Cada fin de semana	9	5.00%	52	3
Cada mes	18	10.00%	12	1
Cada dos meses	18	10.00%	6	1
Cada tres meses	53	30.00%	4	1
Cada seis meses	45	25.00%	2	1
Cada año	35	20.00%	1	0
Total	**178**	100.00%		**6**

Fuente Elaboración Propia

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.

Tabla 27: Cuantificación de la demanda

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado objetivo	9,944	10,150	10,360	10,574	10,793
Frecuencia por año	6	6	6	6	6
Demanda Anual	**59,664**	**60,900**	**62,160**	**63,444**	**64,758**

Fuente Elaboración Propia

4.2.7. Estacionalidad.

Estimamos que nuestro servicio tendrá más acogida en feriados y fines de semana. El año tiene 52 fines de semanas y 13 feriados durante el año.

4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado

A continuación, presentamos el total de ventas valorizadas en soles durante los 5 años del horizonte de evaluación.

Tabla 28: Programa de ventas

PROGRAMA DE VENTAS					
MES	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
1	485	534	587	646	710
2	495	545	599	659	725
3	500	550	605	666	732
4	502	552	607	668	735
5	505	556	611	672	739
6	530	583	641	705	776
7	550	605	666	732	805
8	550	605	666	732	805
9	560	616	678	745	820
10	588	647	711	783	861
11	623	685	754	829	912
12	680	748	823	905	996
TOTAL TICKETS	**6568**	**7225**	**7947**	**8742**	**9616**

Fuente Elaboración Propia

Tabla 29: Programa de ventas

MES	**TICKETS 2018**	**PAQUETE** S/. 30.00 50%	**PAQUETE** S/. 50.00 30%	**PEQUETE** S/. 85.00 20%	**TOTAL VENTAS 2018**
1	485	S/. 7,275.00	S/. 7,275.00	S/. 8,245.00	S/. 22,795.00
2	495	S/. 7,425.00	S/. 7,425.00	S/. 8,415.00	S/. 23,265.00
3	500	S/. 7,500.00	S/. 7,500.00	S/. 8,500.00	S/. 23,500.00
4	502	S/. 7,530.00	S/. 7,530.00	S/. 8,534.00	S/. 23,594.00
5	505	S/. 7,575.00	S/. 7,575.00	S/. 8,585.00	S/. 23,735.00
6	530	S/. 7,950.00	S/. 7,950.00	S/. 9,010.00	S/. 24,910.00
7	550	S/. 8,250.00	S/. 8,250.00	S/. 9,350.00	S/. 25,850.00
8	550	S/. 8,250.00	S/. 8,250.00	S/. 9,350.00	S/. 25,850.00
9	560	S/. 8,400.00	S/. 8,400.00	S/. 9,520.00	S/. 26,320.00
10	588	S/. 8,820.00	S/. 8,820.00	S/. 9,996.00	S/. 27,636.00
11	623	S/. 9,345.00	S/. 9,345.00	S/. 10,591.00	S/. 29,281.00
12	680	S/. 10,200.00	S/. 10,200.00	S/. 11,560.00	S/. 31,960.00
TOTAL		S/. 98,520.00	S/. 98,520.00	S/. 111,656.00	S/. 308,696.00

Fuente Elaboración Propia

Tabla 30: Programa de ventas

MES	TICKETS 2019	PAQUETE BASICO	PAQUETE MEDIUM	PEQUETE PREMIUM	TOTAL VENTAS 2019
		S/. 30.00	S/. 50.00	S/. 85.00	
		50%	30%	20%	
1	534	S/. 8,002.50	S/. 8,002.50	S/. 9,069.50	S/. 25,074.50
2	545	S/. 8,167.50	S/. 8,167.50	S/. 9,256.50	S/. 25,591.50
3	550	S/. 8,250.00	S/. 8,250.00	S/. 9,350.00	S/. 25,850.00
4	552	S/. 8,283.00	S/. 8,283.00	S/. 9,387.40	S/. 25,953.40
5	556	S/. 8,332.50	S/. 8,332.50	S/. 9,443.50	S/. 26,108.50
6	583	S/. 8,745.00	S/. 8,745.00	S/. 9,911.00	S/. 27,401.00
7	605	S/. 9,075.00	S/. 9,075.00	S/. 10,285.00	S/. 28,435.00
8	605	S/. 9,075.00	S/. 9,075.00	S/. 10,285.00	S/. 28,435.00
9	616	S/. 9,240.00	S/. 9,240.00	S/. 10,472.00	S/. 28,952.00
10	647	S/. 9,702.00	S/. 9,702.00	S/. 10,995.60	S/. 30,399.60
11	685	S/. 10,279.50	S/. 10,279.50	S/. 11,650.10	S/. 32,209.10
12	748	S/. 11,220.00	S/. 11,220.00	S/. 12,716.00	S/. 35,156.00
TOTAL		S/. 108,372.00	S/. 108,372.00	S/. 122,821.60	S/. 339,565.60

Fuente Elaboración Propia

Tabla 31: Programa de ventas

MES	TICKETS 2020	PAQUETE BASICO	PAQUETE MEDIUM	PEQUETE PREMIUM	TOTAL VENTAS 2020
		S/. 30.00	S/. 50.00	S/. 85.00	
		50%	30%	20%	
1	587	S/. 8,802.75	S/. 8,802.75	S/. 9,976.45	S/. 27,581.95
2	599	S/. 8,984.25	S/. 8,984.25	S/. 10,182.15	S/. 28,150.65
3	605	S/. 9,075.00	S/. 9,075.00	S/. 10,285.00	S/. 28,435.00
4	607	S/. 9,111.30	S/. 9,111.30	S/. 10,326.14	S/. 28,548.74
5	611	S/. 9,165.75	S/. 9,165.75	S/. 10,387.85	S/. 28,719.35
6	641	S/. 9,619.50	S/. 9,619.50	S/. 10,902.10	S/. 30,141.10
7	666	S/. 9,982.50	S/. 9,982.50	S/. 11,313.50	S/. 31,278.50
8	666	S/. 9,982.50	S/. 9,982.50	S/. 11,313.50	S/. 31,278.50
9	678	S/. 10,164.00	S/. 10,164.00	S/. 11,519.20	S/. 31,847.20
10	711	S/. 10,672.20	S/. 10,672.20	S/. 12,095.16	S/. 33,439.56
11	754	S/. 11,307.45	S/. 11,307.45	S/. 12,815.11	S/. 35,430.01
12	823	S/. 12,342.00	S/. 12,342.00	S/. 13,987.60	S/. 38,671.60
TOTAL		S/. 119,209.20	S/. 119,209.20	S/. 135,103.76	**S/. 373,522.16**

Fuente Elaboración Propia

Tabla 32: Programa de ventas

MES	TICKETS 2021	PAQUETE BASICO	PAQUETE MEDIUM	PEQUETE PREMIUM	TOTAL VENTAS 2021
		S/. 30.00	S/. 50.00	S/. 85.00	
		40%	30%	30%	
1	646	S/. 7,746.42	S/. 9,683.03	S/. 16,461.14	S/. 33,890.59
2	659	S/. 7,906.14	S/. 9,882.68	S/. 16,800.55	S/. 34,589.36
3	666	S/. 7,986.00	S/. 9,982.50	S/. 16,970.25	S/. 34,938.75
4	668	S/. 8,017.94	S/. 10,022.43	S/. 17,038.13	S/. 35,078.51
5	672	S/. 8,065.86	S/. 10,082.33	S/. 17,139.95	S/. 35,288.14
6	705	S/. 8,465.16	S/. 10,581.45	S/. 17,988.47	S/. 37,035.08
7	732	S/. 8,784.60	S/. 10,980.75	S/. 18,667.28	S/. 38,432.63
8	732	S/. 8,784.60	S/. 10,980.75	S/. 18,667.28	S/. 38,432.63
9	745	S/. 8,944.32	S/. 11,180.40	S/. 19,006.68	S/. 39,131.40
10	783	S/. 9,391.54	S/. 11,739.42	S/. 19,957.01	S/. 41,087.97
11	829	S/. 9,950.56	S/. 12,438.20	S/. 21,144.93	S/. 43,533.68
12	905	S/. 10,860.96	S/. 13,576.20	S/. 23,079.54	S/. 47,516.70
TOTAL		S/. 104,904.10	S/. 131,130.12	S/. 222,921.20	S/. 458,955.42

Fuente Elaboración Propia

Tabla 33: Programa de ventas

MES	TICKETS 2022	PAQUETE BASICO	PAQUETE MEDIUM	PEQUETE PREMIUM	TOTAL VENTAS 2022
		S/. 30.00	S/. 50.00	S/. 85.00	
		40%	30%	30%	
1	710	S/. 8,521.06	S/. 10,651.33	S/. 18,107.26	S/. 37,279.65
2	725	S/. 8,696.75	S/. 10,870.94	S/. 18,480.60	S/. 38,048.30
3	732	S/. 8,784.60	S/. 10,980.75	S/. 18,667.28	S/. 38,432.63
4	735	S/. 8,819.74	S/. 11,024.67	S/. 18,741.94	S/. 38,586.36
5	739	S/. 8,872.45	S/. 11,090.56	S/. 18,853.95	S/. 38,816.95
6	776	S/. 9,311.68	S/. 11,639.60	S/. 19,787.31	S/. 40,738.58
7	805	S/. 9,663.06	S/. 12,078.83	S/. 20,534.00	S/. 42,275.89
8	805	S/. 9,663.06	S/. 12,078.83	S/. 20,534.00	S/. 42,275.89
9	820	S/. 9,838.75	S/. 12,298.44	S/. 20,907.35	S/. 43,044.54
10	861	S/. 10,330.69	S/. 12,913.36	S/. 21,952.72	S/. 45,196.77
11	912	S/. 10,945.61	S/. 13,682.01	S/. 23,259.42	S/. 47,887.05
12	996	S/. 11,947.06	S/. 14,933.82	S/. 25,387.49	S/. 52,268.37
TOTAL		S/. 115,394.51	S/. 144,243.13	S/. 245,213.32	S/. 504,850.96

Fuente Elaboración Propia

4.3. Mezcla de marketing

4.3.1. Producto/Servicio.

Guardería 4 Patitas ofrece tres tipos de servicio, dando la oportunidad a sus clientes de escoger el que mejor se acomode a su economía, además de contar con instalaciones amplias y cómodas.

Ilustración 22: Descripción de habitaciones

Descripción de Habitaciones	
Todas las habitaciones tendrán un espacio de 8.5 metros cuadrados y estarán ambientadas con detalles caninos.	***Imagen Referencial***
Paquete Básico	Incluye cama según tamaño del can y bebedero
Paquete Medium	Incluye cama, bebedero, depósito de alimentos + juguete
Paquete Premium	Incluye cama, bebedero, depósito de alimentos + 2 juguetes y calefacción o ventilación (dependiendo la temporada del año)

Fuente Elaboración Propia

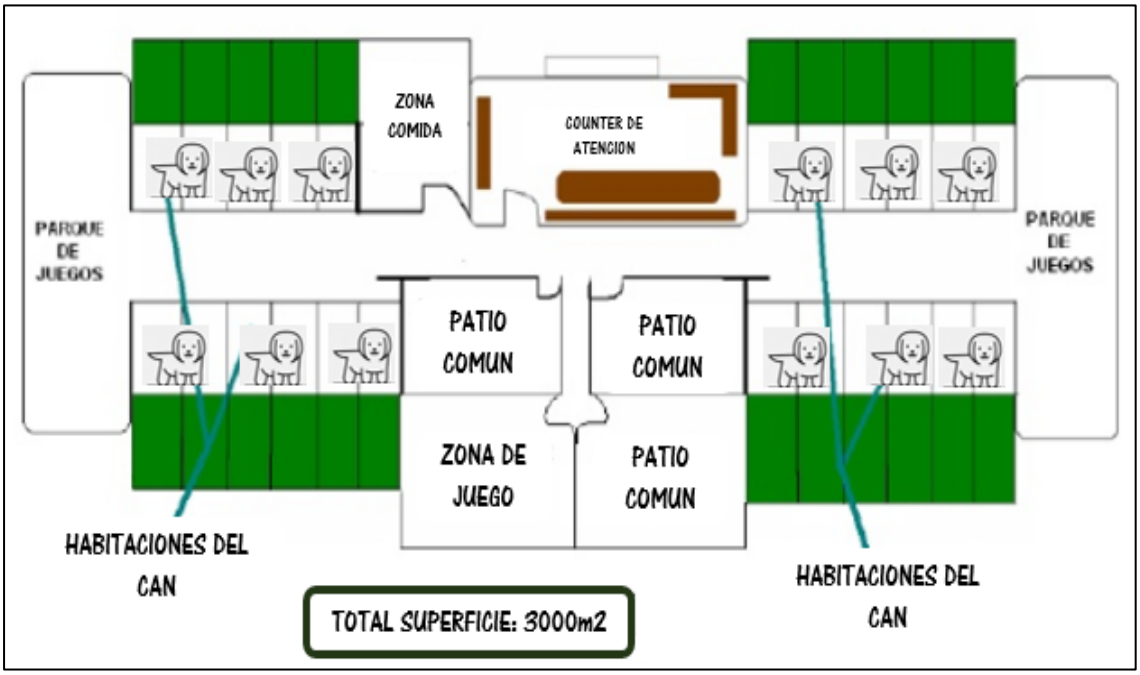
Tabla 34: Descripción de áreas comunes

Descripción de Áreas Comunes	
Zona de juego	Esta zona tendrá juguetes y estará disponible para el paquete básico
Patio común	Tendremos 3 patios comunes, uno para cada paquete. En esta área los perritos podrán interactuar entre ellos.
Parque de juegos	Tendremos 2 parques de juegos y estarán disponibles para los paquetes médium y premium. En cada uno de ellos estará ubicado el circuito de entrenamiento canino.

Fuente Elaboración Propia

Plano de distribución Guardería 4 Patitas

Ilustración 23: Plano de distribución



Fuente: Elaboración Propia

Detalle de los paquetes de guardería

- **Paquete Básico:** Estadía y cuidado de la mascota (Cliente debe dejar alimento por los días que encargue a su mascota).
- **Paquete Medio:** Estadía, cuidado, alimentación y adiestramiento.
- **Paquete Premium:** Estadía, cuidado, alimentación, adiestramiento, recojo y entrega de la mascota (según cobertura).

4.3.2. Precio.

Para definir los precios de nuestros servicios hemos tomado de referencia los precios ofrecidos por la competencia y cuánto estarían dispuestos a pagar los potenciales clientes, información recogida de la investigación cualitativa.

Análisis:

Competidores: Sus precios varían entre S/.25.00 y S/.50.00 el día.

Investigación Cualitativa: Los clientes estarían dispuestos a pagar entre S/.50.00 y S/.150.00 el día dependiendo el servicio ofrecido.

Ilustración 24: Estrategia de precios

Fuente: Elaboración Propia

4.3.3. Plaza.

Al ofrecer un servicio, el canal de distribución es directo.

Plaza Virtual

Publicidad - Canal no tradicional o moderno

Para captar a nuestro público objetivo haremos uso de las siguientes herramientas:

- Página web
- Redes sociales como Facebook y YouTube
- Aplicativo móvil

Publicidad - Canal tradicional

Dentro del canal tradicional para lograr visitas a nuestro local, llegaremos a nuestros clientes de la siguiente manera:

- Volantes
- Panel publicitario, se ubicará en la Panamericana Norte
- Carteles publicitarios (3) en la carretera, para que el cliente ubique fácilmente el local, tendrán mensajes como *Guardería Cuatro patitas a 200 metros*.

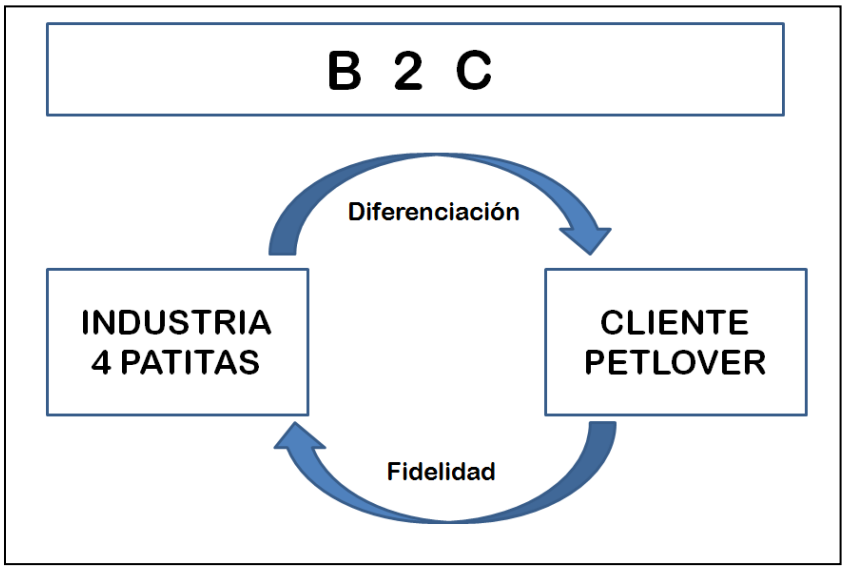
En la siguiente tabla mostramos el análisis realizado a la competencia directa, mostrando un comparativo de cómo hacen uso de la publicidad BLT y ATL y de lo que quiere lograr Guardería Cuatro patitas.

Tabla 35: Tipos de canal - Publicidad

TIPOS DE CANAL		Guadería Cuatro patitas	WAWA CAN - Hospedaje y Guarderia de Perros	Divertycan	Hospedaje Para Mascota Vet Bull
CANAL MODERNO	BTL				
	SEM anuncio	Sí	No	No	No
	Facebook anuncio	Sí	No	No	No
	Cantidad de Seguidores en Facebook	Meta 10000 seguidores en el primer año	4,717	3,814	1,047
	Publicaciones en facebook	Activa (como mínimo 4 publicaciones al día)	Activa	Activa	Activa
	Presencia en Youtube	Sí (6 vídeos al año)	No	Sí (Baja actividad)	Sí (Baja actividad)
	Página web	Sí	No	No	No
	Aplicativo móvil	Sí	No	No	No
CANAL TRADICIONAL	ATL				
	Volantes	Sí	No	No	No
	Panel publicitario	Sí	No	No	No
	Carteles publicitarios	Sí	No	No	No

Fuente Elaboración Propia

Ilustración 25: B 2 C



Fuente Elaboración Propia

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento

La campaña de lanzamiento está conformada por dos objetivos: Generar tráfico web y generar ventas, para ello antes de iniciar operaciones se creará la página web, se contratará el dominio, utilizando un servicio tercerizado y para generar ventas se desea colocar señalizaciones indicando la ruta a seguir para llegar a la guardería canina, así como también hacer uso de alianzas con veterinarias ubicadas en los distritos objetivos para dejarles volantes en sus locales y sean vistos por sus clientes.

Tabla 36: Campaña de lanzamiento

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO DIC. 2017						
OBJETIVOS	**ESTRATEGIAS**	**INICIATIVAS CLAVES**	**COSTO**	**OBSERVACIONES**	**ENCARGADO**	**MONTO**
Generar tráfico web en el primer año de operación	**Creación y diseño de página web**	Elaboración de página web	S/. 3,500.00	Único pago al año	Tercerizado	**S/. 3,500.00**
		Dominio anual	$15.00	Único pago al año	Tercerizado	**S/. 48.66**
		Hosting	$12.00	Costo primer mes	Tercerizado	**S/. 39.00**
Generar un crecimiento de ventas del 10% en el segundo periodo	**Garantizar visibilidad de ubicación**	Panel publicitario + mano de obra	S/. 1,000.00	Se instalará 1 panel publicitario en plena Panamericana	Tercerizado	**S/. 1,000.00**
		Instalación de carteles publicitarios	S/. 100.00	Se instalarán 3 carteles publicitarios indicando cuántos km faltan para llegar a la guardería	Tercerizado	**S/. 300.00**
	Publicidad a través de flyers	Diseño e impresión de flyers	S/. 75.00	Precio por 1000 volantes, incluye diseño, se dejarán 1000 volantes en cada veterinaria (4)	Tercerizado	**S/. 300.00**
TOTAL						**S/. 5,187.66**

Fuente Elaboración Propia

4.3.4.2. Promoción para todos los años.

A fin de llegar al público objetivo, utilizaremos la publicidad BTL a través de los medios que más usan como son las redes sociales y los buscadores de navegación, para que Guardería cuatro patitas sea encontrada rápidamente en la red (Publicidad SEM). La finalidad es mantener informados a los clientes de nuestros servicios y de las promociones vigentes.

A continuación, se muestra las promociones que ofreceremos en el primer año de operación:

Tabla 37: Promociones

PROMOCIONES 2017	AÑO 2018											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Descuentos del 20% de lunes a jueves												
Descuentos del 20% para referidos, aplica todos los meses del año												
Descuento del 15% por mes de apertura												
Concurso "Sube imagen del concurso en tu perfil y etiqueta a 5 amigos, para entrar al sorteo de un entrenamiento agility para tu mascota"												

Fuente Elaboración Propia

Tabla 38: Presupuesto del Plan de marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING																							
OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	INICIATIVAS CLAVES	COSTO	OBSERVACIONES	Encargado	LANZAMIENTO DE CAMPAÑA - 2017		1er año de Operaciones 2018															COSTO ANUAL
								TRIMESTRE 1			TRIMESTRE 2			TRIMESTRE 3			TRIMESTRE 4						
						Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic				
Alcanzar 10,000.00 seguidores en el primer año	Generar contenido en las redes sociales	Anuncios en facebook	S/. 980.00	Costo mensual	Tercerizado																		S/. 3,920.00
		Ejecución de videos para ser publicados en página web y redes sociales	S/. 350.00	Costo por video de 1 min. Se hará 1 video por trimestre	Tercerizado			S/. 350		S/. 350		S/. 350		S/. 350		S/. 350		S/. 350					S/. 2,100.00
		Subir como mínimo 4 publicaciones al día	S/. -	Planilla	Asistente / Adm.																		S/. -
Generar tráfico web en el primer año de operación	Creación y diseño de página web	Elaboración de página web	S/. 3,500.00	Único pago al año	Tercerizado																		S/. 3,500.00
		Dominio anual	$15.00	Único pago al año	Tercerizado																		S/. 48.75
		Hosting	$12.00	Costo mensual	Tercerizado																		S/. 507.00
	Promocionar página web en Facebook	Recordar a través de publicaciones la Pag. Web	S/. -	Planilla	Asistente / Adm.																		S/. -
	Posicionamiento SEO	Optimización de los motores de búsqueda	S/. -	Sin costo	Tercerizado																		S/. -
	Posicionamiento SEM	Mejoramiento del posicionamiento de la página web	S/.1.27.00	Costo por clicks	Tercerizado			100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks	100 clicks				S/. 1,524.00
Generar un crecimiento de ventas del 10% en el segundo periodo	Promocionar la marca a través de concursos y descuentos.	Descuentos del 20% de lunes a jueves y a referidos.	S/. -	Planilla	Asistente																		S/. -
	Garantizar visibilidad de ubicación	Panel publicitario en Panamericana Norte	S/. 1,000.00	Pago único (diseño y mano de obra)	Tercerizado																		S/. 1,000.00
		Carteles publicitarios + instalación (3)	S/. 100.00	Se instalarán 3 carteles publicitarios indicando cuántos km faltan para llegar a la guardería	Tercerizado																		S/. 300.00
	Publicidad a través de flyers	Diseño e impresión de volantes	S/. 75.00	Precio por 1000 volantes, incluye diseño, se dejarán 1000 volantes en cada veterinaria (4)	Tercerizado		S/. 300.00	S/. 75.00	S/. 75.00				S/. 75.00			S/. 75.00	S/. 75.00	S/. 75.00					S/. 750.00
Tener un indice de Nivel de Recomendación -NPS >50% en los dos primeros años	Generar lazos con los dueños	Regalar portaretrato con foto de mascota, durante su estadía en la guardería	S/. 4.00	Costo por cada portaretrato, se tendrán 1000 unidades en stock	Tercerizado																		S/. 4,000.00
		Compartir albúm de fotos y videos de sus mascotas durante su estadía	S/. -	Planilla	Administrador y Asistente																		S/. -
		Creación de aplicativo	S/. 3,500.00	Único pago al año	Tercerizado																		S/. 3,500.00
TOTAL																							S/. 21,149.75

Fuente Elaboración Propia

5. Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria

Después de haber evaluado los diversos tipos de sociedades que existen para constituir una empresa en el Perú, se decidió que Servicios Caninos será constituida como una empresa de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), de acuerdo a la Ley General de Sociedades N° 26887. A continuación, se detalla los motivos de dicha elección:

- Este tipo de organizaciones puede empezar a funcionar con un grupo pequeño de accionistas, en este caso estará conformada por tres accionistas.
- El directorio es facultativo, es decir que puede o no funcionar con uno.
- La responsabilidad de cada accionista frente a algún riesgo se limita a su aporte invertido en la empresa.
- La participación de los accionistas será activa en las decisiones de la organización.
    - Los accionistas pueden vender sus acciones a otro socio, sin perjuicio de la organización empresarial.

      El Capital social estará conformadlo de la siguiente manera:

      Gabriela Castro 33%

      Ivana Lozada 33%

      Jorge Valerio 33%

a) Actividades y Valorización

A continuación, en la tabla 39 se detallan las diversas actividades (trámites) e inversión que se llevarán a cabo para la constitución de la empresa.

Tabla 39: Trámites

ACTIVIDADES	DESCRIPCION	TIEMPO DE DURACION	IMPORTE
Búsqueda de nombre	Se realizará en la pg. Web SUNARP	24 horas	S/ 5.00
Reserva de nombre	Se realizara la reserva del nombre en la pg. Web SUNARP	30 días útiles	S/ 20.00
Minuta de Constitución y escritura pública	Elaboración de la minuta de constitución (contiene pacto social y los estatutos)		S/330.00
	Elaboración de escritura pública ante notario y accionistas de la sociedad		
Inscripción registros públicos y entrega testimonio de la empresa	Inscripción en SUNARP		
Obtención del RUC	Inscripción como persona jurídica en SUNAT	1 día hábil	Gratuito
Total			S/ 355.00

Fuente Elaboración Propia

5.1.2. Registro de marcas y patentes

Marcas

Los trámites para realizar el registro de marcas y patentes se realizan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

La vigencia que INDECOPI brinda por el registro de marca y patente es de diez (10) años, contados a partir de la fecha en que la entidad expide la resolución otorgando el registro. Dicho documento tiene validez a nivel nacional.

En el caso de renovación del registro, la empresa deberá realizarlo dentro de los seis meses anteriores o seis meses posteriores a la fecha de vencimiento.

Cabe indicar que es importante la inscripción de una marca porque es la manera más segura y efectiva de protegerla de posibles copias o imitaciones por parte de terceros.

Los requisitos para la inscripción de marca de productos son los siguientes:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la autoridad y uno para el administrativo).

- Indicar los datos del solicitante.
- Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluir referencias, de ser el caso)
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- Firmar la solicitud por el solicitante o representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14,46 % de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en la Sede Sur de INDECOPI (Calle De La Prosa Nº 104-San Borja) o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

Una vez realizado el trámite correspondiente, la empresa tendrá la siguiente denominación:

- **Nombre comercial de la empresa:** “Guardería Cuatro patitas”.

Este nombre es de fácil recordación y pronunciación para el cliente y hace referencia al giro de negocio.

Ilustración 26: Nombre de la empresa

Fuente: Elaboración Propia

- **Logotipo:** “Cuatro patitas”

  Es un nombre fácil de recordar, fácil de pronunciar y escribir.

Ilustración 27: Logotipo

Fuente: Elaboración Propia

- **Isotipo**

  “Cuatro patitas”: Referencia a las patitas del animal.

  “Corazón”: Hace referencia al cuidado con amor que le brindaremos al can.

Ilustración 28: Isotipo

Fuente: Elaboración Propia

- **Slogan:** “Lo engreímos como se merece”

  Hace referencia a que la mascota será cuidada tal y como lo desea su dueño.

Ilustración 29: Slogan

Fuente: Elaboración Propia

Patentes

Este trámite hace referencia a un derecho exclusivo de comercialización de un invento por un periodo y territorio determinado. Dicho esto, se afirma no aplicar para el presente proyecto.

a) Actividades y Valorización.

A continuación, en la tabla Nro. 2 se detallan las diversas actividades (trámites) e inversión que se realizarán para el registro de la marca y logo.

Tabla 40: Trámites para inicio de operaciones

ACTIVIDADES	DESCRIPCION	TIEMPO DE DURACION	IMPORTE
Búsqueda fonética	Búsqueda en INDECOPI (Clase N 22,24 y 25). Arancel 201000610 (anexo N 6)	30 minutos	S/ 69.90
Búsqueda figurativa	Búsqueda en INDECOPI (Clase N 22,24 y25). Arancel. 201000605	4 días hábiles	S/ 90.60
Solicitud de registro	Registrar la marca y logotipo en la página de INDECOPI	180 días hábiles	S/ 534.99
Publicación en el diario Oficial El Peruano	La publicación debe realizarse una sola vez, dentro de los 30 días útiles de haber recibido la orden		S/ 300.00
Total			**S/ 995.49**

Fuente: Elaboración Propia

5.1.3. Licencias y autorizaciones

a) Actividades.

De acuerdo a la Ley de Licencia de Funcionamiento, toda persona jurídica está obligada a tener dicha licencia y cuando el área cuente con más de 500m2 debe obtener el certificado de Defensa Civil.

Requisitos para la Licencia de Funcionamiento:

El local al tener más de 500m2 se ubica en el GRUPO III (fábricas, playas de estacionamiento, centros comerciales, entre otros). Por lo tanto, para poder obtener la licencia de funcionamiento se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Certificado de seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria otorgado por Sub Gerencia de Defensa Civil – MML.
    - ✓ Requisitos para el Certificado de Defensa Civil: Cuando el área esté construida en más de 500m2 se tiene que presentar los siguientes documentos:
        i. Plano de ubicación
        ii. Planos de arquitectura (distribución)
        iii. Plan de seguridad
        iv. Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad cuando corresponda
        v. Certificado vigente de medición de resistencia del pozo de tierra
- Solicitud consignando DNI del titular y/o representante legal, RUC. Generado en la ventanilla de atención.
- Vigencia de Poder (si es persona jurídica).
- Pago por derecho de trámite.

El plazo del trámite es de 10 días hábiles.

b) Valorización.

A continuación, se detalla los costos para la constitución de la empresa:

Tabla 41: Constitución de empresa

Entidades	Detalle	Tiempo	Costo S/
SUNARP	Vigencia de Poder	1 día	S/ 23.00
Licencia de Funcionamiento Municipalidad de Puente Piedra	Área más de 500m2	10 días	S/ 17.40
Defensa Civil	Planos de arquitectura de local y de evacuación (Planos)	15 días	S/ 4,500.00
Total			**S/ 4,540.40**

Fuente: Elaboración Propia

5.1.4. Legislación laboral

Servicios Caninos SAC se encuentra regulado por el Régimen de la Ley General de Sociedades y se encuentra específicamente dentro de la "Micro Empresa", de acuerdo al Artículo 5º del TUO aprobado mediante Decreto Supremo Nº 007-2008-TR y modificado por el Artículo 11º de la Ley Nº 30056.

Características:

- Ventas anuales de hasta 150 UIT (Unidad Impositiva Tributaria).
- De 1 a 10 trabajadores.

Para tomar en cuenta:

* UIT para el 2017 es de S/. 4050.00 nuevos soles

a) Actividades.

- Hacer el trámite de inscripción en línea, a través de la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- El RUC de la empresa debe encontrarse vigente.
- Tener el Usuario y Clave SOL.
- El trámite ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo es gratuito.

5.1.5. Legislación tributaria

La empresa se acogerá al Régimen General, este régimen pide que las empresas cumplan con los siguientes requisitos:

- Ingresos menores a 100 UIT
- Registros de ventas e ingresos, registro de compras, libro de inventario y balance, libro de caja y bancos.
- Emitir comprobantes de pago de ventas y servicios por las compras que se realizan.
- Declaración de pago mensual y declaración jurada anual.
- Retenciones a los trabajadores (dependientes) de acuerdo a ley.

5.1.6. Otros aspectos legales

Al pertenecer al Régimen General se debe presentar boletas de venta.

5.1.7. Resumen del capítulo

Para constituir la empresa se necesitará un costo de S/. 5,890.89, a continuación, el detalle:

Tabla 42: Resumen del capítulo

Actividades	Detalle	Tiempo	Costo S/
Constitución de Empresa	Búsqueda de nombre, reserva, minuta, inscripción en registros públicos y obtención del RUC	1 mes	S/ 355.00
Tramite de Patente	Búsqueda fonética, figurativa, solicitud de registro	4 días	S/ 995.49
SUNARP	Vigencia de Poder	1 día	S/ 23.00
Licencia de Funcionamiento Municipalidad de Puente	Área más de 500m2	10 días	S/ 17.40

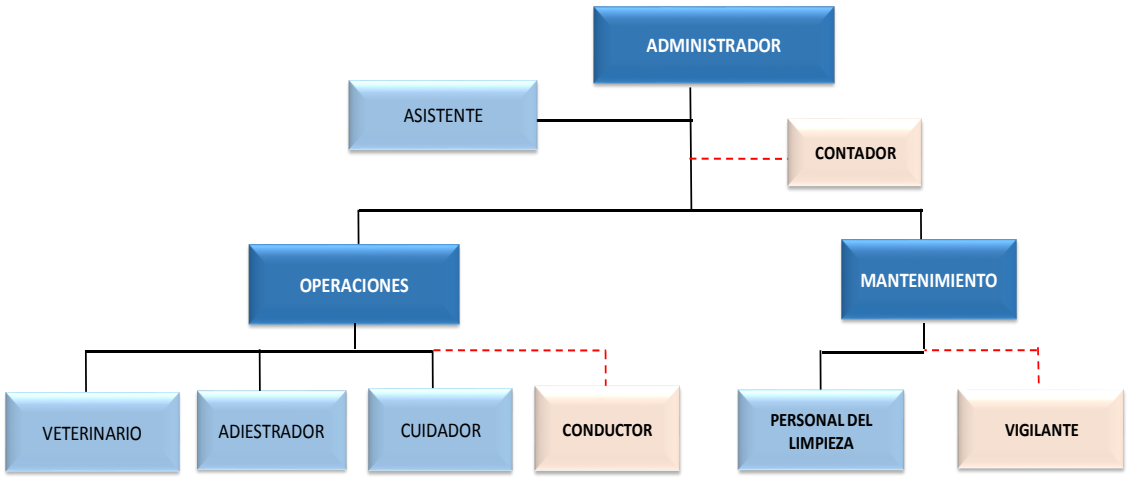
Piedra			
Defensa Civil	Planos de arquitectura de fábrica y de evacuación (Planos)	15 días	S/ 4,500.00
Total			**S/ 5,890.89**

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

Ilustración 30: Organigrama



Fuente: Elaboración Propia

5.2.2. Servicios Tercerizados.

Se tercerizarán los servicios que no pertenezcan al core business del negocio, tales como:

- Asesoría contable
- Servicio de vigilancia
- Servicio del conductor

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Versión:	
		Fecha:	
		Página:	Página 69 de 181

1. Nombre del Puesto:	Administrador
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	Operaciones

2. Identificación	
Reporta Directamente a	Puestos bajo Supervisión Directa
Dueño	Asistente, Veterinario, Adiestrador, Cuidador, Conductor

3. **Misión del Puesto**. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Velar por el correcto funcionamiento de las operaciones, monitorear las funciones de cada puesto de trabajo y se encargará de planificar y ejecutar las estrategias de marketing y plan de acción en general que ayuden al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
1. Supervisa que la atención se dé dentro de los parámetros establecidos por la empresa.	Diario
2. Seguimiento de las ventas diarias	Diario
3. Verifica que las instalaciones, se encuentren en correcto estado.	Diario
4. Toma decisiones para la resolución de problemas con clientes	Diario
5. Evaluación de proveedores	Mensual
6. Realización de reportes sobre el estado de la empresa y ejecución de estrategias	Mensual

7. Armado de horarios de los adiestradores	Semanal
8. Formulación de estrategias de marketing	
9. Apertura y cierre de caja chica	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
			x			

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Clientes	Atención y resolución de problemas
Proveedores	Cotización de productos, evaluación
Instituciones del estado	Para lo que se requiera
Dueños	Para informar sobre la empresa

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Contador	Para reportes contables y financiero
Asistente	Para seguimiento del flujo de la atención
Veterinario	Para conocer el estado de las mascotas
Adiestrador	Conocimiento de los usuarios (las mascotas)
Vigilante	Presentación de incidencias del días
Personal de limpieza	Informe sobre cualquier avería o deterioro

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	

Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	X

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
Sí (Computadora)

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Bachiller o titulado en Administración de Empresas					
Especialización	Marketing					
Otros Conocimientos	Excel					
Cursos	Servicio al cliente					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
				x		

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	A
	Adaptabilidad	A
	Orientación al cliente	A
Específicas	Análisis y solución de problemas	A
	Trabajo en equipo	A

	Planificación y organización	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C)

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	**Versión:**	
		Fecha:	
		Página:	**Página 72 de 181**

1. Nombre del Puesto:	**Asistente**
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	**Operaciones**

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Administrador	Vigilante y Personal de limpieza

3. Misión del Puesto. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Soporte en las diferentes actividades administrativas y de atención al cliente, requeridas por la empresa.

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
10. Recepción de visitas, proveedores	Diario
11. Muestra las instalaciones de la guardería al público	Diario
12. Atención de llamadas telefónicas	Diario

13. Crea contenido en redes sociales	
14. Cobro de los servicios	Diario
15. Supervisa la correcta limpieza y orden de las instalaciones	Diario
16. Da soporte al Administrador	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
	x					

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Clientes	Brinda información a los clientes
Proveedores	Recepción y verificación de productos

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Administrador	Reportes solicitados por el Administrador
Veterinario	Coordinación de entrevistas con clientes
Adiestradores, Paseadores, Personal de limpieza y Vigilante	Según se requiera

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Reportes a solicitud de su jefe inmediato
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
Sí (Computadora, teléfono)

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Egresado o Bachiller en Administración de Empresas					
Especialización						
Otros Conocimientos	Excel					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
		x				

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	A
	Adaptabilidad	B
	Orientación al cliente	A
Específicas	Análisis y solución de problemas	B
	Trabajo en equipo	A
	Planificación y organización	B
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C)

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Versión:	
		Fecha:	
		Página:	Página 75 de 181

1. Nombre del Puesto:	Contador
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	Terceros

2. Identificación	
Reporta Directamente a	Puestos bajo Supervisión Directa
Dueño	No

3. **Misión del Puesto**. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Garantizar que los principios contables se lleven adecuadamente, de acuerdo a las normas vigentes y al cronograma y calendario establecido.

4. **Funciones (Finalidades, tareas).** Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
17. Procesa y contabiliza lo ingresos y egresos de la empresa, a fin de llevar un control adecuado de los movimientos contables, para el balance general, así como otros documentos	Diario
18. Revisión y registro de las facturas de los proveedores	Diario
19. Revisión del cálculo de planillas	Mensual
20. Cumplir con todas las obligaciones financieras de la empresa	Mensual

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto

Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
X						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Proveedores	Facturas

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Dueño / Administrador	Reportes contables

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto

Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.

Balance General, Estados financieros, etc.

Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos

No

7. Conocimientos y Experiencia

Formación Básica	Contabilidad					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
				x		

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	A
	Adaptabilidad	A
	Orientación al cliente	B
Específicas	Análisis y solución de problemas	A
	Trabajo en equipo	A
	Planificación y organización	A
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C)

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	**Versión:**	
		Fecha:	
		Página:	**Página 77 de 181**

1. Nombre del Puesto:	**Veterinario**
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	**Operaciones**

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Administrador	No

3. Misión del Puesto. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Evaluar y confirmar las óptimas condiciones del can para aprobar su ingreso a la guardería. Velar por un buen cuidado y atención al can durante su estadía en la guardería.

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
21. Entrevistar a los dueños para conocer el historial médico de la mascota	Diario
22. Verificar la documentación que corrobore una buena salud del can	Diario
23. Realizar un chequeo general al can a su ingreso y salida de la guardería	Diario
24. Atender al can ante cualquier incidente	Según necesidad
25. Asesorar a los propietarios de animales en relación con medidas sanitarias, alimentación y cuidado general necesario para favorecer la salud de las mascotas.	Diario
26. Registro de información	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
X						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Clientes	Para recabar información del can
	Para brindar recomendaciones

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Administrador	Reporte sobre estado de las mascotas
Asistente	Para coordinar citas con los clientes
Adiestrador	En caso presentarse alguna situación con el can que lo amerite

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Informe de estado del can a su ingreso y salida
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
No

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Bachiller en Medicina Veterinaria					
Otros Conocimientos	Excel					
Cursos	Servicio al cliente					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
				x		

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	A
	Adaptabilidad	A
	Orientación al cliente	A

Específicas	Análisis y solución de problemas	B
	Trabajo en equipo	A
	Planificación y organización	B
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C)

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	**Versión:**	
		Fecha:	
		Página:	**Página 80 de 181**

1. Nombre del Puesto:	**Adiestrador**
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	**Operaciones**

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Administrador	No

3. Misión del Puesto. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Diseño de plan de entrenamiento para cachorros y perros adultos (entrenamiento en positivo).

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
27. Entrenamiento en base a premios o recompensas	Diario

28. Corrección de comportamiento canino	Diario
29. Entrenamiento en agility canino	Diario
30. Enseñanza de trucos	Diario
31. Corrección del comportamiento canino	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
X						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Clientes	Para informar sobre evolución del can

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Administrador	Actividades del día
Veterinario	En caso de incidentes
Asistente	Según se requiera

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Reportes sobre actividades del día
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
No

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Estudios en Educación y Psicología canina					
Especialización						
Otros Conocimientos						
Cursos						
Idioma						
Manejo de Software						
Aptitud Física						
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
			x			

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	B
	Adaptabilidad	B
	Orientación al cliente	B
Específicas	Análisis y solución de problemas	C
	Trabajo en equipo	A

	Planificación y organización	C
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	**Versión:**	
		Fecha:	
		Página:	**Página 83 de 181**

1. Nombre del Puesto:	**Cuidador**
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	**Operaciones**

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Administrador	No

3. Misión del Puesto. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Brinda mantenimiento a las instalaciones y cuida las instalaciones de la guardería, avisa en caso se de algún inconveniente con la mascota, trabajando en horas de amanecida y día.

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
32. Coordina tareas de limpieza	Diario
33. Realiza mantenimiento a las instalaciones	Diario
34. Vela por el cuidado de las mascotas	Diario

35. Alimenta a las mascotas	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
X						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
No	No

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Administrador, Veterinario	Reporta incidencias del día o noche

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Ninguno
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
No
7. Conocimientos y Experiencia

Formación Básica	Secundaria completa					
Aptitud Física						
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
	x					

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	C
	Adaptabilidad	B
	Orientación al cliente	C
Específicas	Análisis y solución de problemas	C
	Trabajo en equipo	B
	Planificación y organización	C
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C).

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	**Versión:**	
		Fecha:	
		Página:	**Página 85 de 181**

1. Nombre del Puesto:	**Conductor**
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	**Operaciones**

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Administrador/ Asistente	No

3. Misión del Puesto. En breve definición deberá responder a: Qué es lo que hace?

/Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Recoger y regresar a las mascotas a sus domicilios garantizando un buen trato a los canes y una buena atención al cliente.

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
36. Recoge y regresa a las mascotas a sus domicilios	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
X						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Clientes	Al recoger al can, recibe instrucciones de los dueños y agradece por escogernos

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Administrador	Reporta ocurrencias

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	

Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
No
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
Van de la empresa

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Secundaria completa					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
			x			

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	A
	Adaptabilidad	B
	Orientación al cliente	A
Específicas	Análisis y solución de problemas	B
	Trabajo en equipo	A
	Planificación y organización	C
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C).

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Versión:	
		Fecha:	
		Página:	Página 88 de 181

1. Nombre del Puesto:	Personal de limpieza
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	Mantenimiento

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Administrador	No

3. **Misión del Puesto**. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Mantener el local limpio y ordenado.

4. **Funciones (Finalidades, tareas).** Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
37. Limpiar las distintas áreas del local	Diario
38. Llenar las fichas registro con la hora en la que realiza la limpieza	Diario
39. Limpieza de habitaciones de cada can	Diario
40. Recoger las excretas del can	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto

Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
X						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Ninguno	Ninguno

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Asistente	Según se requiera

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	x
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto
Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Ninguno
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
No

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Secundaria completa					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
			x			

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	C
	Adaptabilidad	B
	Orientación al cliente	B
Específicas	Análisis y solución de problemas	C
	Trabajo en equipo	B
	Planificación y organización	C
	Responsabilidad	A

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	**Versión:**	
		Fecha:	
		Página:	**Página 90 de 181**

1. Nombre del Puesto:	**Vigilante**
Unidad de Negocios/Gerencia/Área:	**Mantenimiento**

2. Identificación	
Reporta Directamente a	**Puestos bajo Supervisión Directa**
Asistente	No

3. Misión del Puesto. En breve definición deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /En base a qué? /Para qué se hace?
Velar por la seguridad de los empleados, comunicando en caso sospeche de algún acto que ponga en peligro al personal de la empresa.

4. Funciones (Finalidades, tareas). Cada puesto está compuesto de funciones principales, las cuales involucran actividades específicas que en su conjunto llevan al logro de la misión del puesto como tal. En esta parte se trata de identificar estas funciones principales (se recomienda entre 6 y 8); así como el objetivo de cada una de ellas, en pos del cumplimiento de la misión.	
En términos funcionales deberá responder a: ¿Qué es lo que hace? /Sobre qué? /Para qué se hace?	**Frecuencia**
41. Registro de personas ingresantes al local, solicitando el DNI	Diario
42. Permanecer atento ante cualquier situación de riesgo	Diario

Frecuencia: diaria (D), semanal (S), quincenal (Q), mensual (M), bimestral (B), trimestral (T), semestral (SE), anual (A).

5. Contexto						
Número total de personas supervisadas (marcar con "X")						
Ninguna	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 a 20	21 a 30	Más de 30
x						

Relaciones Externas (Empresas, Clientes, Proveedores, etc., fuera de la organización) que mantiene su puesto.	
Organizaciones	**Motivo de Contacto**
Clientes, Proveedores	Para registro de ingreso

Relaciones Internas (áreas, puestos, etc.) que mantiene su puesto	
Área / Puesto	**Motivo de Contacto**
Asistente	Reporte simple de eventualidades del día

Autonomía del Puesto (intensidad de la supervisión recibida)	**Marcar con "X"**
Supervisión Habitual: El ocupante del puesto recibe instrucciones frecuentes del superior inmediato y actúa bajo una guía sostenida de éste.	X
Nivel Intermedio	
Supervisión Amplia: La aplicación de las capacidades del ocupante del puesto tiene un largo alcance dentro de directivas o pautas generales recibidas del superior inmediato.	

6. Responsabilidades del Puesto

Responsabilidad por Informes (Informes periódicos, informes confidenciales, acceso a información confidencial). La responsabilidad por informes corresponde a quien aplica su capacidad y esfuerzo en la elaboración y no a quien se limita a ejercer supervisión o aprobar.
Reporte sobre eventualidades del día
Responsabilidad por Máquinas, Vehículos o Equipos
No

7. Conocimientos y Experiencia						
Formación Básica	Secundaria completa					
Aptitud Física	Saludable					
Experiencia Previa Mínima Requerida en el área funcional	No Requerida	Hasta 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 4 años	Entre 5 y 7 años	Más de 7 años
		X				

8. Competencias		
	Denominación	**Nivel de dominio requerido de la Competencia en el Puesto**
Genéricas	Comunicación	B
	Adaptabilidad	C
	Orientación al cliente	B
Específicas	Análisis y solución de problemas	C
	Trabajo en equipo	B
	Planificación y organización	C
	Responsabilidad	A

Nivel de Dominio: Avanzado (A), Intermedio (B) o Básico (C)

5.2.5. Aspectos laborales

a) Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercer izados

Tabla 43: Aspectos laborales

CARGO	TIPO DE CONTRATO
Administrador	Contrato de naturaleza determinada
Asistente	Contrato de naturaleza determinada
Veterinario	Contrato de naturaleza determinada
Adiestrador	Contrato de naturaleza determinada
Cuidador	Contrato de naturaleza determinada
Personal de Limpieza	Contrato de naturaleza determinada
Conductor	Tercerizado
Servicio Contable	Tercerizado
Servicio de Vigilancia	Tercerizado

Fuente: Elaboración Propia

b) Régimen laboral de puestos de trabajo

Los puestos de trabajo de Servicios Caninos S.A.C. estarán bajo el régimen de la ley Micro y Pequeña Empresa.

Tabla 44: Régimen MYPE

Régimen Laboral de la Microempresa	
Remuneración	S/ 850.00 (como mínimo)
Jornada de trabajo	8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso	Semanal y en días feriados
Descanso vacacional	15 días calendario
Seguro Social	SIS (Seguro Integral de Salud)
Indemnización por despido	10 remuneraciones diarias por cada año
CTS	No
Utilidades	No
Gratificaciones	No

Fuente: Elaboración Propia

b) Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 45: Planilla

POR MES

			PLANILLA POR TRABAJADOR			
CARGOS	AREAS	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SIS	ESSALUD	TOTAL PLANILLA MENSUAL
ADMINISTRADOR	ADMINISTRATIVO	1	S/. 3,200.00	-	S/. 288.00	S/. 2,912.00
ASISTENTE	ADMINISTRATIVO	1	S/. 1,500.00	-	S/. 135.00	S/. 1,365.00
VETERINARIO	OPERACIONES	1	S/. 2,200.00	-	S/. 198.00	S/. 2,002.00
ADIESTRADOR	OPERACIONES	2	S/. 1,200.00	S/. 15.00	-	S/. 1,185.00
CUIDADOR	OPERACIONES	2	S/. 850.00	S/. 15.00	-	S/. 835.00
TOTAL		7	S/. 8,950.00	S/. 30.00	S/. 621.00	S/. 8,299.00

POR AÑO

			PLANILLA POR TRABAJADOR						
CARGOS	AREAS	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SIS	CTS	GRATIFICACIONES	ESSALUD	TOTAL	TOTAL PLANILLA ANUAL
ADMINISTRADOR	ADMINISTRATIVO	1	S/. 3,200.00	-	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00	S/. 288.00	S/. 2,912.00	S/. 38,144.00
ASISTENTE	ADMINISTRATIVO	1	S/. 1,500.00	-	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 135.00	S/. 1,365.00	S/. 17,880.00
VETERINARIO	OPERACIONES	1	S/. 2,200.00	-	S/. 1,100.00	S/. 1,100.00	S/. 198.00	S/. 2,002.00	S/. 26,224.00
ADIESTRADOR	OPERACIONES	2	S/. 1,200.00	S/. 15.00	-	-	-	S/. 1,185.00	S/. 28,440.00
CUIDADOR	OPERACIONES	2	S/. 850.00	S/. 15.00	-	-	-	S/. 835.00	S/. 20,040.00
TOTAL		5	S/. 8,100.00	S/. 30.00	S/. 3,450.00	S/. 3,450.00	S/. 621.00	S/. 8,299.00	S/. 130,728.00

CARGOS	2018	2019	2020	2021	2022
ADMINISTRADOR	S/. 38,144.00	S/. 38,144.00	S/. 38,144.00	S/. 38,144.00	S/. 38,144.00
ASISTENTE	S/. 17,880.00	S/. 17,880.00	S/. 17,880.00	S/. 17,880.00	S/. 17,880.00
VETERINARIO	S/. 26,224.00	S/. 26,224.00	S/. 26,224.00	S/. 26,224.00	S/. 26,224.00
ADIESTRADOR	S/. 28,440.00	S/. 28,440.00	S/. 28,440.00	S/. 28,440.00	S/. 28,440.00
CUIDADOR	S/. 20,040.00	S/. 20,040.00	S/. 20,040.00	S/. 20,040.00	S/. 20,040.00
TOTAL	S/. 130,728.00	S/. 130,728.00	S/. 130,728.00	S/. 130,728.00	S/. 130,728.00

TOTAL PLANILLA ANUAL	S/. 130,728.00

Fuente: Elaboración Propia

c) Gastos por servicios tercer izados para todos los años del proyecto.

Tabla 46: Servicio tercerizado

CARGOS	AREAS	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
VIGILANTE	MANTENIMIENTO	2	S/. 2,400.00	S/. 28,800.00
PERSONAL DE MANTENIMIENTO	MANTENIMIENTO	1	S/. 900.00	S/. 10,800.00
CONDUCTOR		1	S/. 850.00	S/. 10,200.00
CONTADOR		1	S/. 600.00	S/. 7,200.00
TOTAL		5	S/. 4,750.00	S/. 57,000.00

CARGOS	2018	2019	2020	2021	2022
VIGILANTE	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00	S/. 28,800.00
PERSONAL DE MANTENIMIENTO	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00
CONTADOR	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
TOTAL	S/. 57,000.00	S/. 57,000.00	S/. 57,000.00	S/. 57,000.00	S/. 57,000.00

TOTAL PAGO TERCIARIZADO	S/. 57,000.00

TOTAL PLANILLA ANUAL	S/. 130,728.00
TOTAL PAGO TERCIARIZADO	S/. 57,000.00
TOTAL PAGOS ANUALES	S/. 187,728.00

Fuente: Elaboración Propia

d) Horario de trabajo de puestos de trabajo.48 horas semanales

Todos los colaboradores tendrán un día de descanso y este será se dará de entre los días lunes y viernes.

A continuación, se detalla los horarios de los trabajadores, así como también los días de descanso por la afluencia de público.

Tabla 47: Horario de trabajo

Puestos	Turno 1	Turno 2	Día de Descanso
Administrador	11:00am a 9:00pm		Martes
Veterinario	11:00am a 9:00pm		Lunes
Adiestrador(2)	8:00 a 5:00pm	12:00 am a 9:00pm	Entre Lunes y Martes
Asistente	9:00 am a 6:00pm		Miércoles
Vigilante (2)	9:00 am a 8:00pm	8:00pm a 7:00am	Entre Lunes y Miércoles
Personal de Limpieza	9:00 am a 6:00pm		Lunes
Cuidadores (2)	9:00 am a 8:00pm	8:00pm a 7:00am	Lunes

Fuente: Elaboración Propia

6. Capítulo VI: Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada

a) Criterios

La capacidad instalada del negocio está en base a la cantidad de habitaciones caninas que ofrece la guardería.

b) Cálculos

Se tiene 10 habitaciones por cada paquete (básico, médium y Premium), dando un total de 30 habitaciones, lo que es igual a 10,080 servicios al año.

Tabla 48: Capacidad instalada

Guardería - Nro. de Habitaciones	Día			Semanal	Mes	Año 1
	Básico	Medium	Premium			
	10	10	10	210	840	10,080

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 49: Horizonte de Evaluación

HORIZONTE DE EVALUACIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
GUARDERIA	10,080	11,088	12,197	13,416	14,758

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. Capacidad utilizada

a) Criterios

La capacidad utilizada se proyectó en base a la demanda de la Guardería.

b) Cálculos

Tabla 50: Programa de ventas

PROGRAMA DE VENTAS					
Año	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL TICKETS	6568	7224.8	7947.28	8742.008	9616.2088
		1.1	1.1	1.1	1.1

Fuente: Elaboración Propia

c) Porcentaje de utilización de la capacidad instalada

Tabla 51: Capacidad instalada

	AÑO 2018	**AÑO 2019**	**AÑO 2020**	**AÑO 2021**	**AÑO 2022**
Capacidad Instalada	10,080	11,088	12,197	13,416	14,758
Capacidad Utilizada	6,568	7,225	7,947	8,742	9,616
% de Utilización	**65%**	**65%**	**65%**	**65%**	**65%**

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.

Al ofrecer un servicio se describirá los siguientes procesos:

Flujo de ventas

- Proceso inicia con búsqueda de información de Guardería canina (dueño).
- Cliente encuentra información de Guardería Cuatro patitas a través de Google o Facebook.
- Cliente se contacta con guardería
- Asistente programa una cita con cliente

- Asistente muestra instalaciones a cliente
- Asistente pide datos del cliente y los guarda en una base de datos
- ¿Cliente toma el servicio?

  Sí: Se programa evaluación del can.

  No: Fin del proceso

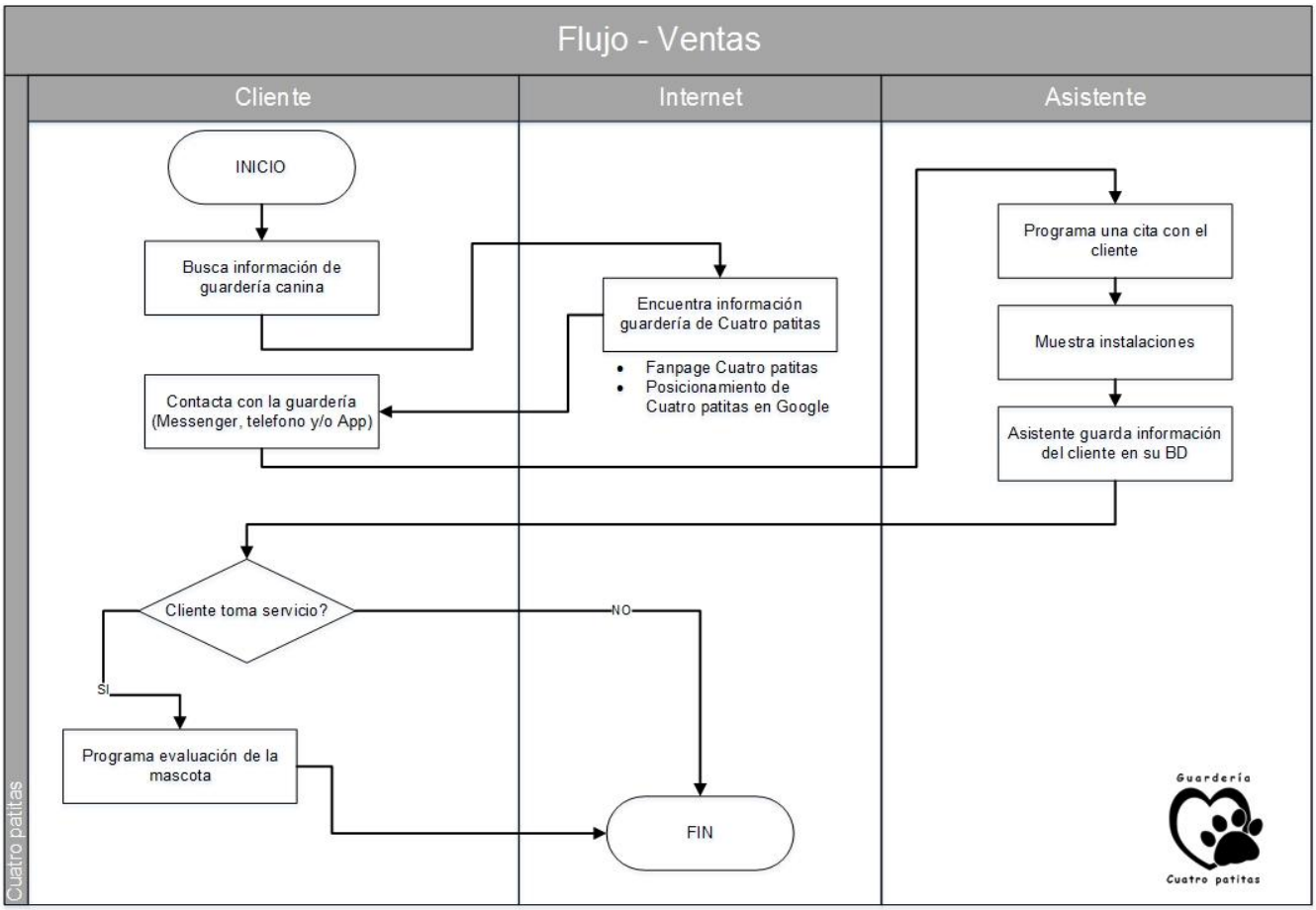
Flujo de Recepción del can

- Inicio del proceso, asistente recibe al dueño de la mascota
- Lo lleva a sala de entrevista
- Veterinario entrevista a dueño de mascota
- Veterinario llena ficha de can con datos brindados por el dueño
- Veterinario indaga sobre gustos y temperamento del can
- Veterinario solicita control documentario de vacunas, desparasitaciones, tiempo de celo si es una mascota hembra, entre otros datos.
- Veterinario lleva a mascota a sala de evaluación médica
- Veterinario evalúa al can
- ¿Mascota en estado óptimo?

  Sí: Se recibe a la mascota

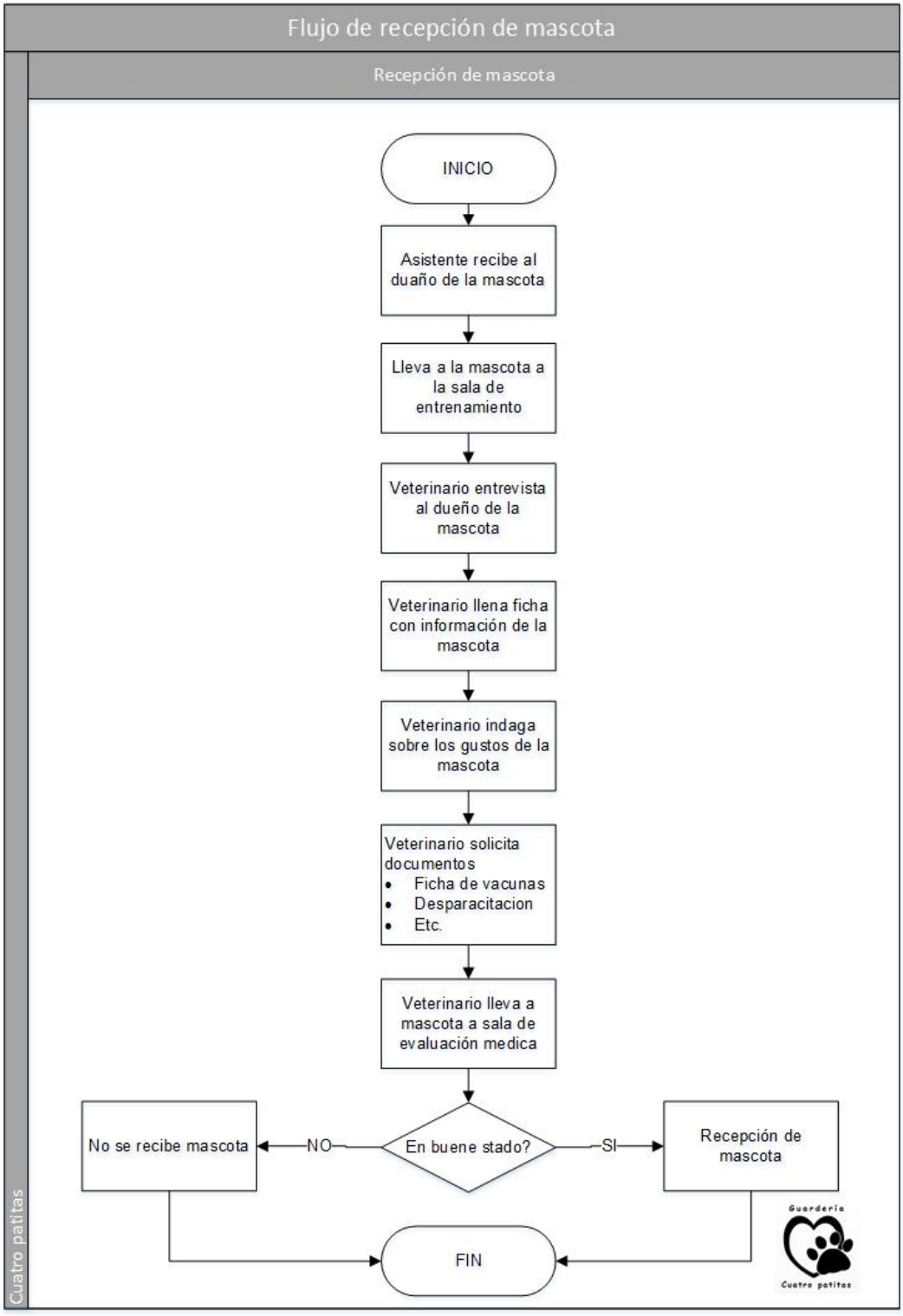
  No: No se autoriza ingreso de la mascota.
- Fin de proceso

Ilustración 31: Flujo de ventas



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 32: Flujo de recepción de mascota



Fuente: Elaboración propia

Flujo de alimentación del can

- Inicio: Cuidador revisa ficha de mascota
- ¿Comida especial?

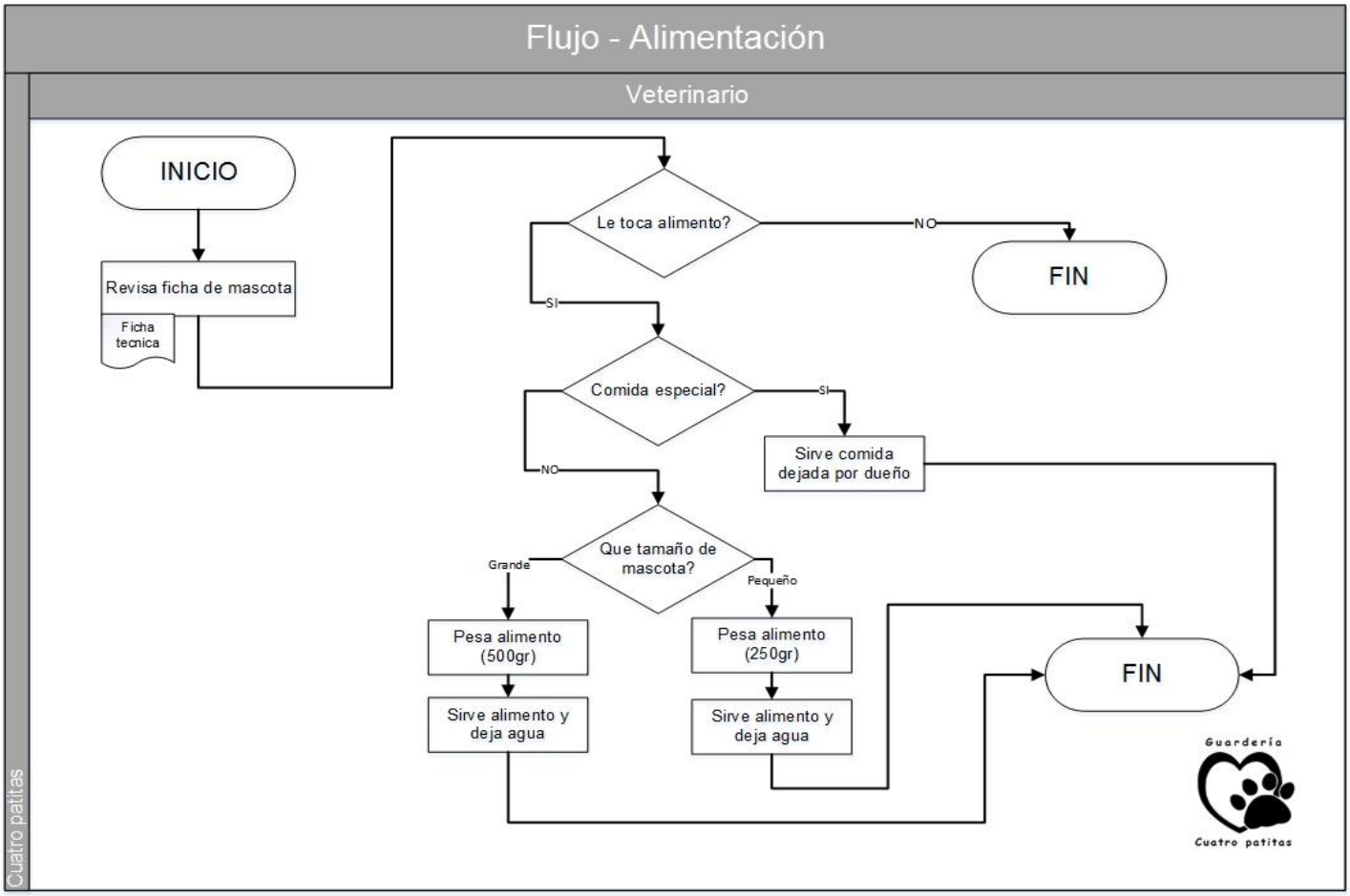
  Sí: Sirve comida indicada por el dueño

  No: Sirve comida que brinda guardería
- ¿Tamaño de mascota?

  Mediano o grande: cuidador pesa alimento ½ kilo a más

  Pequeño: ¼ de alimento
- Cuidador sirve alimento
- Cuidador sirve agua
- Fin del proceso

Ilustración 33: Flujo de alimentación del can



Fuente: Elaboración Propia

Flujo mascota enferma

- Proceso inicia con revisión de veterinario
- ¿Mascota enferma?

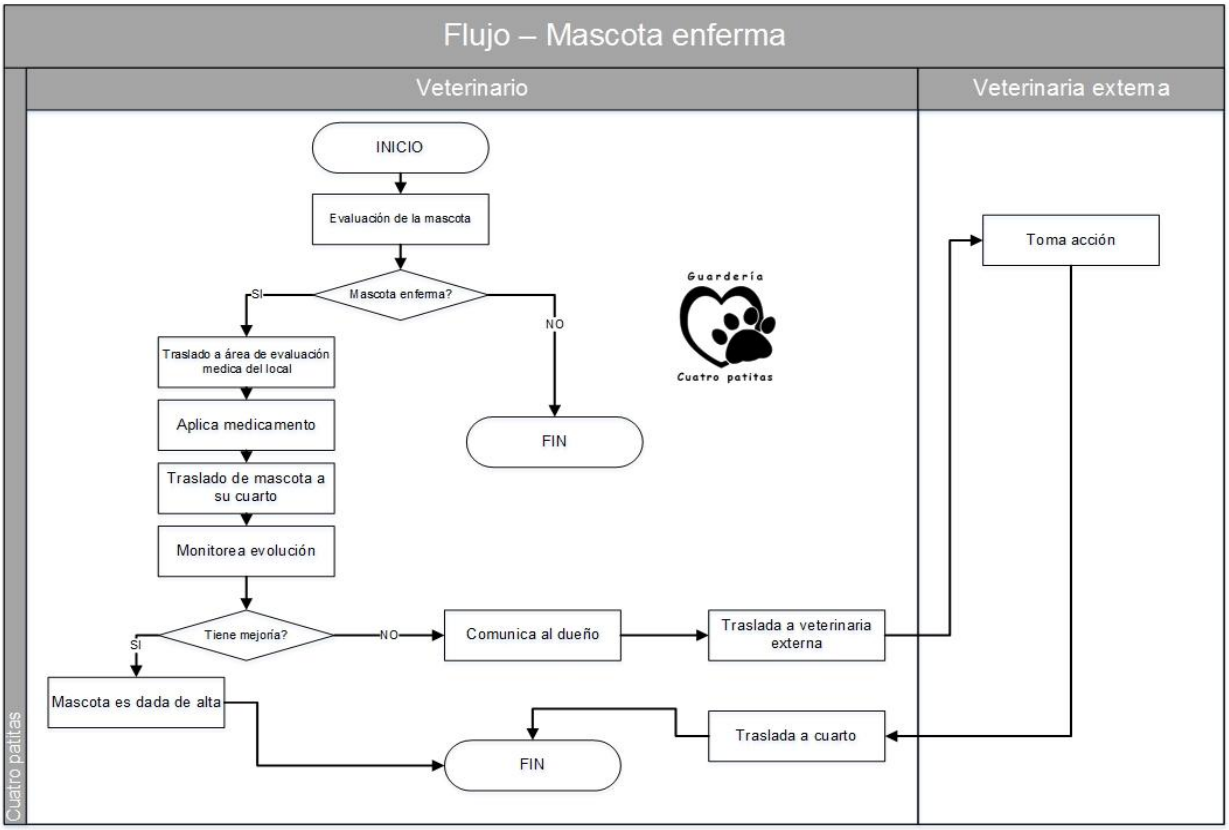
  Sí: Traslado a sala veterinaria de la guardería

  No: Se deja a can en su habitación
- Aplicación de medicinas
- Traslado de mascota a habitación
- ¿Tiene mejoría?

  Sí: Se da de alta a mascota

  No: Comunica a dueño
- Veterinario deriva a mascota a veterinaria externa
- Veterinario hace seguimiento de salud del can.
- Fin del proceso

Ilustración 34: Flujo de mascota enferma



Fuente: Elaboración Propia

6.2.2. Requerimiento de mano de obra directa

Se considera cómo mano de obra directa al personal que trabajará de forma directa con las mascotas, es decir los adiestrados y cuidadores. Tendremos en nuestra planilla a dos de cada uno durante los cinco años evaluación del proyecto.

Tabla 52: Requerimiento de MOD

Requerimiento de M.O.D	2018	2019	2020	2021	2022
Adiestrador	2	2	2	2	2
Cuidadores	2	2	2	2	2

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias - Área virtual

En maquinarias consideraremos el aplicativo móvil, esta herramienta de comunicación será nexo entre el cliente y el negocio, siendo de fácil alcance y brindando información de la empresa de forma práctica.

Tabla 53: Maquinarias

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total	IGV 18%	Total precio de venta
Maquinaria Area virtual 2018 - VENTAS						
8 Cámaras de seguridad CCTV HD IP + Cable RJ45 de 50 mt. + DVR (Disco duro -	UNIDAD	1	S/. 2,500.00	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00
PC de escritorio - Lenovo i5	UNIDAD	1	S/. 2,500.00	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00
Pantalla 19 pulgadas	UNIDAD	1	S/. 150.00	S/. 127.12	S/. 22.88	S/. 150.00
Mouse	UNIDAD	1	S/. 30.00	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00
SERVIDOR LENOVO (CON EQUIPAMIENTO)	UNIDAD	1	S/. 822.00	S/. 696.61	S/. 125.39	S/. 822.00
MODEM ROUTER INALAMBRICO TP LINK	UNIDAD	2	S/. 152.00	S/. 257.63	S/. 46.37	S/. 304.00
TELEFONO IP (INCLUYE LICENCIA)	UNIDAD	1	S/. 259.00	S/. 219.49	S/. 39.51	S/. 259.00
ANEXOS + PORTERO	UNIDAD	1	S/. 584.00	S/. 494.92	S/. 89.08	S/. 584.00
PROGRAMA DE APP	UNIDAD	1	S/. 3,500.00	S/. 2,966.10	S/. 533.90	S/. 3,500.00
DISEÑO DE PAGINA WEB	UNIDAD	1	S/. 1,200.00	S/. 1,016.95	S/. 183.05	S/. 1,200.00
Windows Office	UNIDAD	3	S/. 160.00	S/. 406.78	S/. 73.22	S/. 480.00
Antivirus	UNIDAD	3	S/. 180.00	S/. 457.63	S/. 82.37	S/. 540.00
TOTAL		**11**	**S/.11,697.00**	**S/.10,905.93**	**S/.1,963.07**	**S/.12,869.00**

Fuente: Elaboración Propia

6.3.2. Equipos.

Consideraremos los equipos requeridos por defensa civil, tales como extintores, soporte para extintor, alarmas contra incendios, luces de emergencia, detector de humo, etc.

Tabla 54: Equipos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total	IGV 18%	Total precio de venta
Equipos de defensa civil						
EXTINTORES PQS ABC 6KG.	UNIDAD	10	S/. 150.00	S/. 2,250.00	S/. 405.00	S/. 2,655.00
SOPORTE PARA EXTINTOR	UNIDAD	10	S/. 30.00	S/. 450.00	S/. 81.00	S/. 531.00
ALARMA CONTRA INCENDIOS (BASICO)	UNIDAD	3	S/. 180.00	S/. 540.00	S/. 97.00	S/. 637.00
BOTIQUÍN (Incluye medicamentos básicos)	UNIDAD	2	S/. 38.00	S/. 76.00	S/. 14.00	S/. 90.00
LUZ DE EMERGENCIA	UNIDAD	10	S/. 55.00	S/. 550.00	S/. 99.00	S/. 649.00
LETREROS DE SEÑALIZACION	UNIDAD	1	S/. 100.00	S/. 84.75	S/. 15.25	S/. 100.00
TOTAL EQUIPOS		**36**	**S/. 553.00**	**S/. 3,950.75**	**S/. 711.25**	**S/. 4,662.00**

Fuente: Elaboración Propia

6.3.3. Herramientas.

Trabajaremos con pecheras de diferentes tamaños, bósales en caso de mascotas no muy sociales

Tabla 55: Herramientas

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total	IGV 18%	Total precio de venta
HERRAMIENTAS						
PECHERA SMALL	UNIDAD	3	25.00	S/.63.56	S/.11.44	S/.75.00
PECHERA MEDIUM	UNIDAD	3	35.00	S/.88.98	S/.16.02	S/.105.00
PECHERA LARGE	UNIDAD	3	55.00	S/.139.83	S/.25.17	S/.165.00
BOSAL	UNIDAD	3	38.00	S/.96.61	S/.17.39	S/.114.00
TOTAL			**153.00**	**S/. 388.98**	**S/. 70.02**	**S/. 459.00**

Fuente: Elaboración Propia

6.3.4. Utensilios

Los utensilios de limpieza son fundamentales para garantizar higiene y para el área de evaluación médica se necesitarán requerimientos a fin de facilitar el trabajo del veterinario.

Tabla 56: Utensilios

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total valor venta	IGV 18%	Total precio de venta
AREA DE EVALUACIÓN MÉDICA - UTENSILIOS DIVERSOS						
MESA METALICA	UNIDAD	1	S/.250.00	S/.250.00	S/.45.00	S/.295.00
TERMOMETRO	UNIDAD	3	S/.10.00	S/.30.00	S/.5.40	S/.35.40
JERINGA	UNIDAD	36	S/.12.00	S/.432.00	S/.77.76	S/.509.76
AGUJAS	UNIDAD	36	S/.10.00	S/.360.00	S/.64.80	S/.424.80
GUANTES LATEX x 100 unidades	CAJAS	10	S/.16.00	S/.160.00	S/.28.80	S/.188.80
GASAS ESTERILES x 20 unidades	CAJAS	6	S/.11.00	S/.66.00	S/.11.88	S/.77.88
ESPARADRAPO DE TELA	UNIDAD	4	S/.15.00	S/.60.00	S/.10.80	S/.70.80
ALGODÓN	UNIDAD	12	S/.5.00	S/.60.00	S/.10.80	S/.70.80
SPRAY ANTISEPTICO	UNIDAD	5	S/.45.00	S/.225.00	S/.40.50	S/.265.50
AGUA OXIGENADA	UNIDAD	10	S/.8.00	S/.80.00	S/.14.40	S/.94.40
ALCOHOL	UNIDAD	10	S/.10.00	S/.100.00	S/.18.00	S/.118.00
CREMA ANTIBIOTICA	UNIDAD	5	S/.45.00	S/.225.00	S/.40.50	S/.265.50
TIJERA PEQUEÑAS CON PUNTA ROMA	UNIDAD	4	S/.20.00	S/.80.00	S/.14.40	S/.94.40
PINZAS	UNIDAD	4	S/.15.00	S/.60.00	S/.10.80	S/.70.80
TOTAL			**S/.472.00**	**S/.2,188.00**	**S/.393.84**	**S/.2,581.84**

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 56: Utensilios

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total valor venta	IGV 18%	Total precio de venta
REQUERIMIENTOS DE LIMPIEZA						
ESCOBA DOMÉSTICA	UNIDAD	1	S/.13.90	S/.11.78	S/.2.12	S/.13.90
RECOGEDOR GRANDE PLASTICO	UNIDAD	1	S/.7.90	S/.6.69	S/.1.21	S/.7.90
BALDE DE 20 LT CAP.	UNIDAD	2	S/.6.00	S/.10.17	S/.1.83	S/.12.00
ESPONJA	UNIDAD	5	S/.5.00	S/.21.19	S/.3.81	S/.25.00
UN)	MILLAR	1	S/.15.00	S/.12.71	S/.2.29	S/.15.00
MANGUERA POR 100 METROS	UNIDAD	1	S/.80.00	S/.67.80	S/.12.20	S/.80.00
GUANTES	UNIDAD	4	S/.15.00	S/.50.85	S/.9.15	S/.60.00
TRAPEADOR	UNIDAD	4	S/.2.50	S/.8.47	S/.1.53	S/.10.00
ESCOBILLON	UNIDAD	1	S/.19.90	S/.16.86	S/.3.04	S/.19.90
TACHO GRANDE CON RUEDITAS	UNIDAD	1	S/.125.00	S/.105.93	S/.19.07	S/.125.00
TACHOS DE PATIO	UNIDAD	1	S/.49.90	S/.42.29	S/.7.61	S/.49.90
LEJIA GALON POR 1 LITRO	LITRO	4	S/.5.00	S/.16.95	S/.3.05	S/.20.00
LIMPIADOR DE BAÑO (ENVASE DE 3.5LT)	UNIDAD	1	S/.10.00	S/.8.47	S/.1.53	S/.10.00
HISOPO 3 EN 1 PARA BAÑO	UNIDAD	1	S/.14.90	S/.12.63	S/.2.27	S/.14.90
AMBIENTADOR EN SPRAY X 400 ML	UNIDAD	1	S/.8.90	S/.7.54	S/.1.36	S/.8.90
DETERGENTE x 9 KILOS	PAQUETE	2	S/.65.00	S/.110.17	S/.19.83	S/.130.00
PAPEL HIGIENICO	PAQUETE	15	S/.15.00	S/.190.68	S/.34.32	S/.225.00
DISPENSADOR DE JABON	UNIDAD	1	S/.35.00	S/.29.66	S/.5.34	S/.35.00
DISPENSADOR DE PAPEL	UNIDAD	1	S/.35.00	S/.29.52	S/.6.48	S/.36.00
ASPIRADORA	UNIDAD	1	S/.200.00	S/.169.49	S/.30.51	S/.200.00
LAVADORA + SECADORA	UNIDAD	1	S/.3,500.00	S/.2,966.10	S/.533.90	S/.3,500.00
TOTAL		**48**	**S/.528.90**	**S/.760.37**	**S/.138.03**	**S/.4,598.40**

Fuente: Elaboración Propia

6.3.5. Mobiliario.

Tabla 57: Mobiliarios

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total valor venta	IGV 18%	Total precio de venta
AREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE - ADMINISTRATIVA						
ESCRITORIO	UNIDAD	2	S/.449.00	S/.761.02	S/.136.98	S/.898.00
SILLAS DE OFICINA	UNIDAD	4	S/.159.00	S/.538.98	S/.97.02	S/.636.00
TELEFONO CON ANEXO	UNIDAD	2	S/.30.00	S/.50.85	S/.9.15	S/.60.00
SOFA	UNIDAD	2	S/.300.00	S/.508.47	S/.91.53	S/.600.00
COMPUTADORA	UNIDAD	2	S/.1,500.00	S/.2,542.37	S/.457.63	S/.3,000.00
CAJA FUERTE	UNIDAD	1	S/.89.00	S/.75.42	S/.13.58	S/.89.00
IMPRESORA	UNIDAD	2	S/.320.00	S/.542.37	S/.97.63	S/.640.00
MACETERO	UNIDAD	2	S/.15.00	S/.25.42	S/.4.58	S/.30.00
ESTANTES DE MELAMINA	UNIDAD	4	S/.300.00	S/.1,016.95	S/.183.05	S/.1,200.00
TACHOS DE BASURA	UNIDAD	3	S/.35.00	S/.88.98	S/.16.02	S/.105.00
TOTAL			**S/.3,197.00**	**S/.6,150.85**	**S/.1,107.15**	**S/.7,258.00**

Fuente: Elaboración Propia

6.3.6. Útiles de oficina.

Los útiles de oficina serán usados en el área de atención al cliente y Administrativa, a fin de llevar un ordenado seguimiento de las tareas en estas áreas.

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

La maquinaria Utilizada sirve para un periodo de 8 meses, la tecnología invertida en este punto se mantiene en el tiempo ya que es un circuito cerrado de un sistema.

Tabla 58: Útiles de oficina

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total valor venta	IGV 18%	Total precio de venta
UTILES DE OFICINA						
GRAPADOR	UNIDAD	3	S/. 4.50	S/. 11.44	S/. 2.06	S/. 13.50
GRAPAS (CAJAS POR 5000 UNIDADES)	PAQUETE	5	S/. 7.50	S/. 31.78	S/. 5.72	S/. 37.50
SACAGRAPAS	UNIDAD	3	S/. 2.50	S/. 6.36	S/. 1.14	S/. 7.50
ENGRAPADOR METAL TIPO ALICATE	UNIDAD	3	S/. 8.70	S/. 22.12	S/. 3.98	S/. 26.10
CLIPS CAJA X 100	PAQUETE	5	S/. 2.00	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00
CLIPS MARIPOSA CAJA X 50	PAQUETE	5	S/. 3.40	S/. 14.41	S/. 2.59	S/. 17.00
PERFORADOR DE METAL 20 HOJAS	UNIDAD	3	S/. 9.80	S/. 24.92	S/. 4.48	S/. 29.40
TIJERA	UNIDAD	2	S/. 9.00	S/. 15.25	S/. 2.75	S/. 18.00
POST IT 3X3	PAQUETE	5	S/. 3.20	S/. 13.56	S/. 2.44	S/. 16.00
HOJAS BOND	CAJA	5	S/. 14.00	S/. 59.32	S/. 10.68	S/. 70.00
DISPENSADORES	UNIDAD	3	S/. 25.00	S/. 63.56	S/. 11.44	S/. 75.00
LAPICEROS	CAJA	2	S/. 15.00	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00
LAPICES	CAJA	2	S/. 12.00	S/. 20.34	S/. 3.66	S/. 24.00
BORRADOR	CAJA	1	S/. 8.00	S/. 6.78	S/. 1.22	S/. 8.00
TAJADOR	UNIDAD	3	S/. 5.00	S/. 12.71	S/. 2.29	S/. 15.00
RESALTADOR	UNIDAD	6	S/. 2.50	S/. 12.71	S/. 2.29	S/. 15.00
CORRECTOR	UNIDAD	6	S/. 4.50	S/. 22.88	S/. 4.12	S/. 27.00
BANDEJAS PARA HOJAS	UNIDAD	6	S/. 25.00	S/. 127.12	S/. 22.88	S/. 150.00
ARCHIVADORES	UNIDAD	6	S/. 8.50	S/. 43.22	S/. 7.78	S/. 51.00
CUADERNOS	UNIDAD	2	S/. 5.00	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00
SELLOS	UNIDAD	6	S/. 15.50	S/. 78.81	S/. 14.19	S/. 93.00
LIGAS	CAJA	3	S/. 6.00	S/. 15.25	S/. 2.75	S/. 18.00
PLUMONES	UNIDAD	6	S/. 2.30	S/. 11.69	S/. 2.11	S/. 13.80
CINTAS	UNIDAD	5	S/. 3.50	S/. 14.83	S/. 2.67	S/. 17.50
SOBRES	UNIDAD	2	S/. 0.50	S/. 0.85	S/. 0.15	S/. 1.00
FOLDER	UNIDAD	12	S/. 4.50	S/. 45.76	S/. 8.24	S/. 54.00
TOTAL		110	S/. 207.40	S/. 718.05	S/. 129.25	S/ 847.30

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Localización

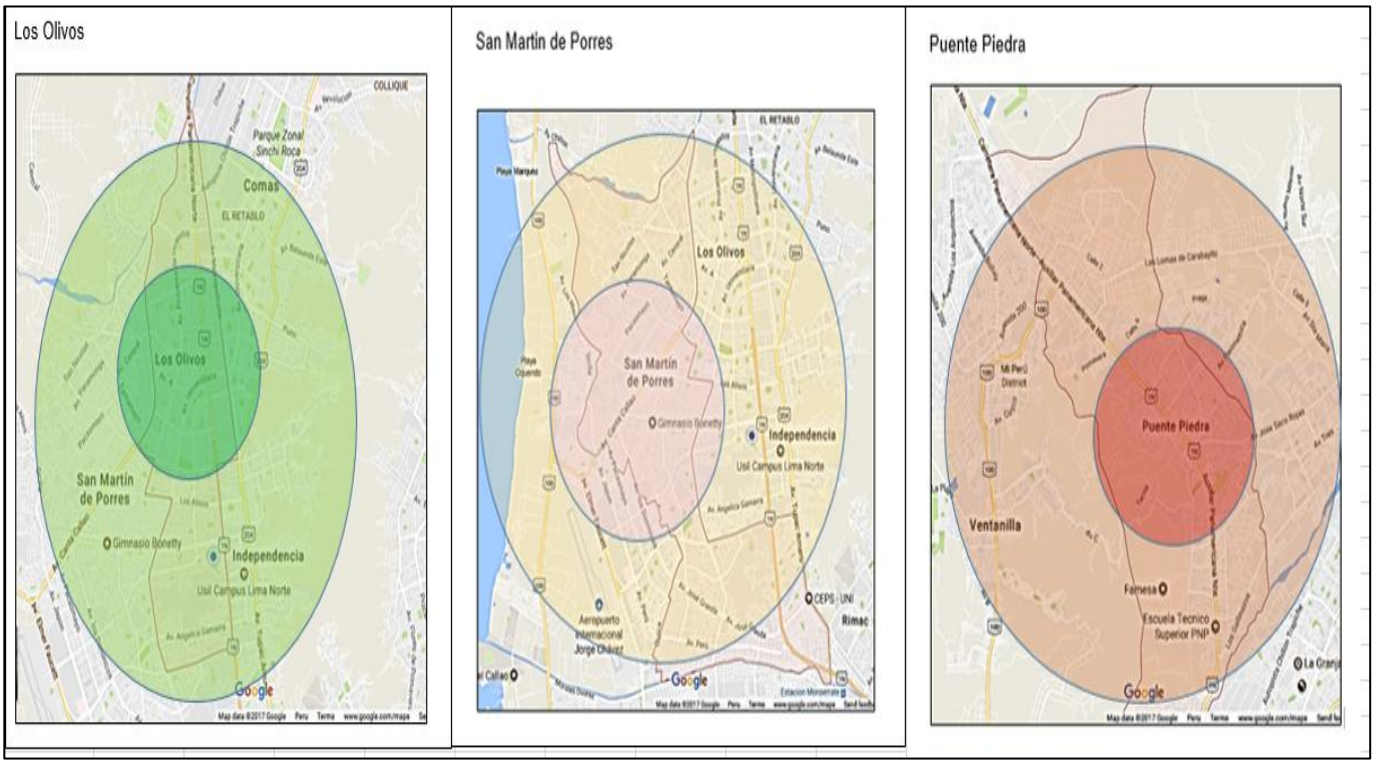
6.4.1 Macro localización.

Tabla 59: Macro localización

Factor de localización	Peso	RANKING DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN					
		LOS OLIVOS		SAN MARTIN		PUENTE PIEDRA	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad de mano de obra	0.03	3	0.09	2	0.06	2	0.06
Cultura pet lover	0.09	4	0.36	3	0.27	2	0.18
Estabilidad económica	0.09	4	0.36	4	0.36	3	0.27
Acceso a Permisos	0.39	1	0.39	1	0.39	4	1.56
Costo de servicios básicos	0.09	2	0.18	3	0.27	3	0.27
Tamaño de local	0.11	3	0.33	3	0.33	4	0.44
Disponibilidad del local	0.2	2	0.4	2	0.4	4	0.8
TOTAL	**1**	**2.11**		**2.08**		**3.58**	

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 35: Ubicación geográfica de cada uno de los distritos objetivos



Fuente: Elaboración Propia

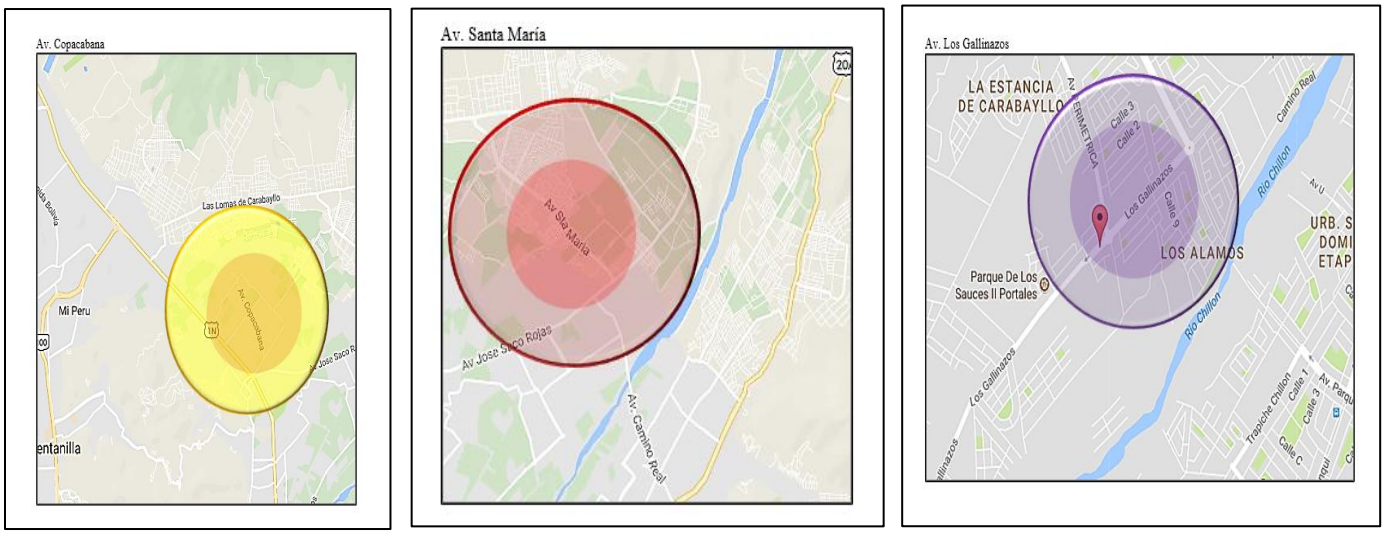
6.4.2. Micro localización.

Tabla 60: Micro localización

Factor de localización	Peso	RANKING DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN					
		Av. Copacabana		Av. Los Gallinazos		Av. Santa María	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Áreas verdes	0.22	2	0.44	4	0.88	3	0.66
Terrenos disponibles	0.23	2	0.46	3	0.69	2	0.46
Acceso a Servicios básicos	0.21	3	0.63	3	0.63	3	0.63
Salida a la Panamericana	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3
Cercanía a público objetivo	0.19	2	0.38	3	0.57	1	0.19
TOTAL	**1**	**2.36**		**3.37**		2.24	

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 36: Ubicación geográfica de cada una de las direcciones evaluadas



Fuente: Elaboración Propia

6.4.3. Gastos de adecuación.

Tabla 61: Gasto de adecuación

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activo Fijo No Depreciable			**80,250.8**	**14,445.2**	**94,696.0**
MESA CON SILLAS	1	300	254.2	45.8	300.0
MICROONDAS	1	200	169.5	30.5	200.0
REFRIGERADORA	1	350	296.6	53.4	350.0
DISPENSADOR DE AGUA	1	250	211.9	38.1	250.0
VENTILADOR	2	120	203.4	36.6	240.0
ESCRITORIO	2	449	761.0	137.0	898.0
SILLAS DE OFICINA	4	159	539.0	97.0	636.0
TELEFONO CON ANEXO	2	30	50.8	9.2	60.0
SOFA	2	300	508.5	91.5	600.0
MACETERO	2	15	25.4	4.6	30.0
ESTANTES DE MELAMINA	4	300	1,016.9	183.1	1,200.0
TACHOS DE BASURA	3	35	89.0	16.0	105.0
CAMA	1	320	271.2	48.8	320.0
COLCHA	1	35	29.7	5.3	35.0
TELEVISOR	1	350	296.6	53.4	350.0
COLCHON	1	300	254.2	45.8	300.0
ALMOHADA	1	15	12.7	2.3	15.0
CONSTRUCCIÓN DE HABITACIONES (Mano de obra y materiales)	1	24,000	20,339.0	3,661.0	24,000.0
CONSTRUCCION AREAS DE ATENCION AL CLIENTE	1	28,000	23,728.8	4,271.2	28,000.0
PINTADO DE AMBIENTES - PINTURA EL VENCEDOR	15	50	635.6	114.4	750.0
MANO DE OBRA DE PINTADO	1	2,500	2,118.6	381.4	2,500.0
INSTALACIÓN ELECTRICA INLCUIDO MANO DE OBRA	1	2,000	1,694.9	305.1	2,000.0
INSTALACION DE PUERTAS CONTRAPLACADA AREA RECEPCION (MANO	3	250	635.6	114.4	750.0
INSTALACION DE PUERTASS DE HIERRO INCLUIDA MANO DE OBRA	30	250	6,355.9	1,144.1	7,500.0
CERCADO CON MALLA DE ALAMBRE GALVANIZADO	500	5	2,076.3	373.7	2,450.0
INSTALACION DE MALLA DE ALAMBRE	1	750	635.6	114.4	750.0
GRAS AMERICANO PATIO	2,000	3	4,237.3	762.7	5,000.0
INSTALACION DE GRAS AMERICANO	2,000	2	2,542.4	457.6	3,000.0
VENTANAS DE VIDRIO INCLUIDO MANO DE OBRA	5	165	699.2	125.8	825.0
VENTILADORES	20	59	1,000.0	180.0	1,180.0
CALEFACTOR	18	189	2,883.1	518.9	3,402.0
INSTALACION DE LOCETAS INCLUIDO MANO DE OBRA	1	2,600	2,203.4	396.6	2,600.0
VENTILADOR REFRESCANTE	12	300	3,050.8	549.2	3,600.0
INSTALACION ZONA DE JUEGOS MANO DE OBRA	1	500	423.7	76.3	500.0

Fuente: Elaboración propia

6.1.1. Gastos de Servicios

Tabla 62: Gastos de agua

Costo en agua potable y alcantarillado - Puente Piedra

m3 promedio x	Metro cubico x 3	S/.Metro cubico unitario (Rango 50	Precio
8 m3	720	S/. 4.10	S/. 2,948.40

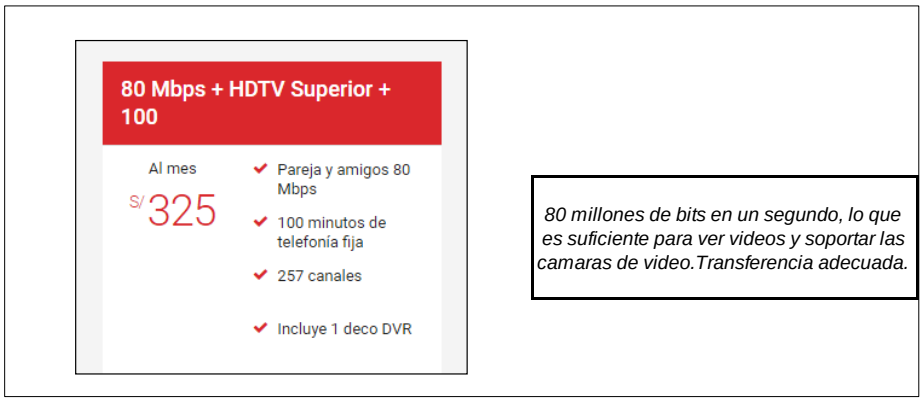
Metro cubico x 3	S/.Metro cubico unitario (Rango 50 a mas)	Precio	Cargo Fijo
720	S/. 1.79	S/. 1,288.08	S/. 4.85

Concepto	Importe
Volumen de agua 720m3	S/. 2,948.40
Servicio de alcantarillado	S/. 1,288.08
Sub total	S/. 4,236.48
Cargo fijo	S/. 4.85
IGV (18%)	S/. 762.57
Total	***S/. 5,003.90***

Ilustración 37: Orientación al ciudadano gastos de energía eléctrica

Fuente: Osinergmin

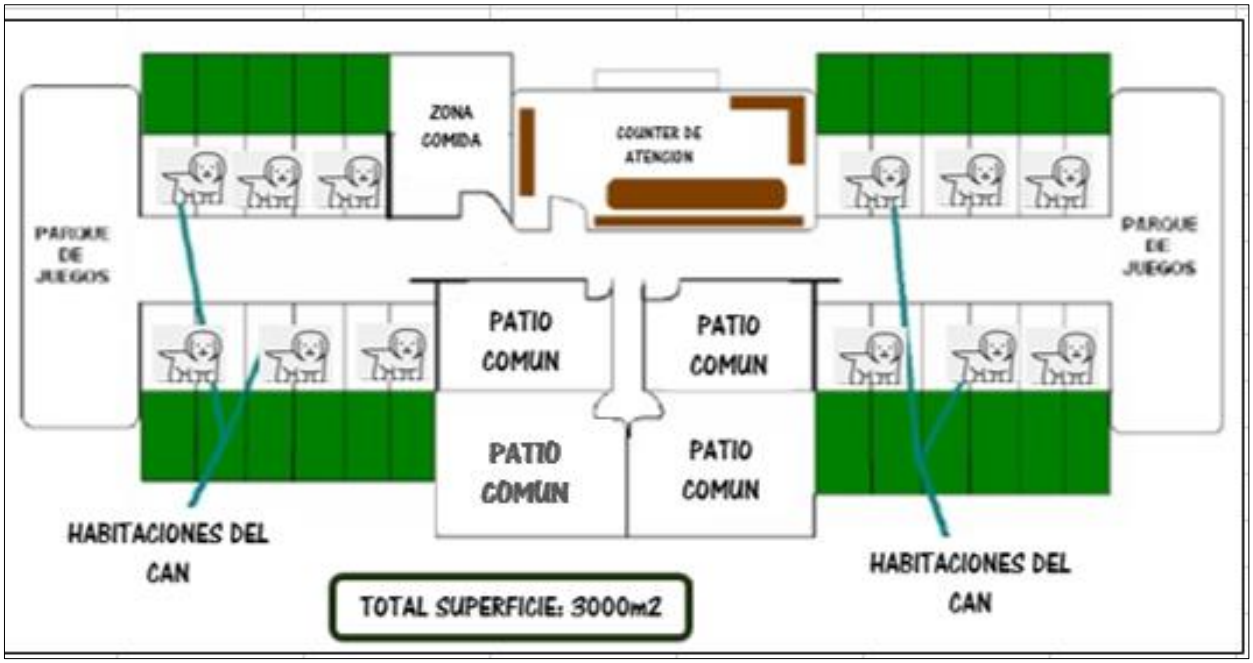
Ilustración 38: Gastos de servicio de internet



Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. Plano de centro de operaciones

Ilustración 39: Layout



Fuente: Elaboración Propia

6.1.3. Descripción del centro de operaciones.

- **Parque de juegos**

También llamada zona agility, aquí se encontrarán los juegos para que las mascotas sean entrenadas por los adiestradores y estos estarán conformados por las rampas, los túneles, vallas de salto, báscula y slaloom. Cabe mencionar que esta zona será para uso exclusivo de los paquetes Médium y Premium.

Ilustración 40: Parque de juegos

- **Habitaciones del can**

Las habitaciones caninas tendrán un espacio de 10m2, para que las mascotas puedan sentirse cómodas. Cada habitación estará ambientada con detalles caninos, como huesitos, huellitas y tendrán sus respectivas camas, platos de acero, bebederos y juguetes en el caso de los paquetes Medium y Premium.

Ilustración 41: Habitación del can

- **Patio Común**

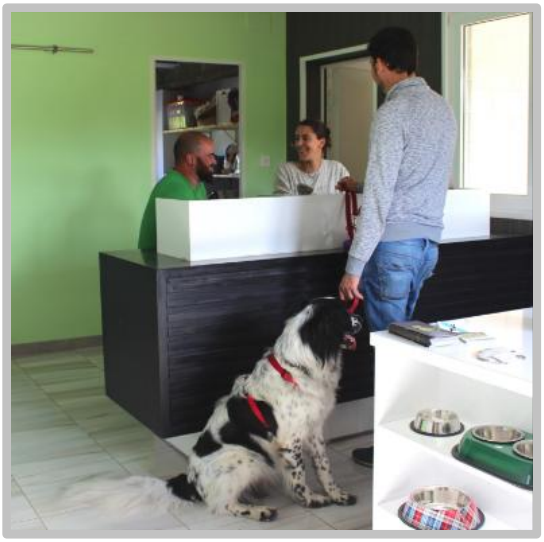
Se contará con 3 patios comunes, uno por cada paquete, las divisiones se harán con cercos de madera. Aquí las mascotas podrán socializar entre sí, bajo la supervisión de los adiestradores.

Ilustración 42: Patio común

- **Recepción**

Aquí estará ubicada la asistente, que también tendrá funciones de counter, brindará información al cliente, ya sea de forma presencial, virtual o telefónica. Esta área tendrá un escritorio amplio, una computadora y materiales administrativos.

Ilustración 43: Recepción



- **Sala de espera**

En esta área los visitantes podrán esperar a ser atendidos. Tendrá un sofá y masetas con plantas reales, para crear un ambiente acogedor.

Ilustración 44: Sala de espera

- **Oficina Administrador**

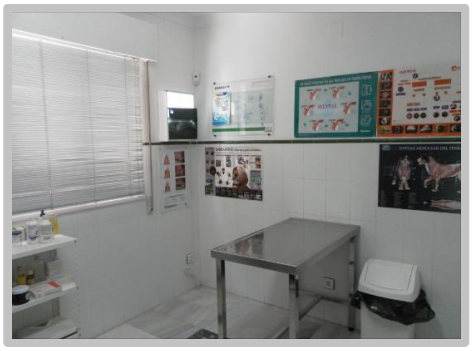
Aquí será un espacio de 10m2, dentro tendrá un escritorio, con una computadora, teléfono, impresora, útiles de oficina, tendrá tres sillas, una para él y dos para los visitantes. Esta oficina, también la usará el veterinario cuando tenga que entrevistar a los dueños de las mascotas.

Ilustración 45: Oficina del administrador

- **Sala de evaluación médica**

Aquí se realizarán las respectivas evaluaciones para corroborar la buena salud de la mascota, contará con medicinas básicas, que puedan estabilizar al can en caso de alguna urgencia.

Ilustración 46: Sala de evaluación



- **Cuarto de cuidador:**

Esta área tendrá una cama para que el cuidador pueda descansar mientras cuida a las mascotas en el horario de amanecida.

Ilustración 47: Cuarto del cuidador

- **Comedor**

En este espacio los colaboradores podrán almorzar o cenar, tendrá una mesa amplia con 8 sillas, además de una refrigeradora, un microondas y un dispensador de agua.

Ilustración 48: Comedor

- **Almacén**

Aquí se guardarán las bolsas de comida canina, los juguetes y camas, para cambios, también los útiles de limpieza, pecheras, bozales para utilización de los paseadores.

6.5 Responsabilidad Social Frente al Entorno

Con en el fin de conseguir el equilibrio entre el medio ambiente y la sociedad se implementarán una serie de medidas para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones conscientes de ello los integrantes de este proyecto respetuosos de la legislación que protege el medio ambiente y nuestros valores éticos como profesionales además a sabiendas que el éxito de estas medidas depende de las personas que conforman la organización adoptaremos la siguiente filosofía empresarial:

6.5.1. Impacto ambiental.

En relación a las labores en la oficina como primera buena práctica ambiental comenzaremos por concientizar al personal de la importancia del cuidado del medio ambiente promoviendo la **participación activa** cambiando los malos hábitos con el fin de mejorar su comportamiento ambiental, para ello colocaremos en los servicios higiénicos avisos de cómo hacer un uso racional del agua:

- ✓ Cerrar los grifos
- ✓ No usar el inodoro como si fuera papelera
- ✓ Avisar al servicio de mantenimiento si hay alguna avería
- ✓ Colocar tachos ecológicos dentro de la guardería
- ✓ Usar las excretas como abono para el cultivo de las plantas

6.5.2. Con los trabajadores.

Los trabajadores contaran con un beneficio exclusivo por parte de la empresa

- ✓ Reconocimiento por el desempeño en la empresa
- ✓ Premiación al entrenador y/o paseador del mes
- ✓ Festejo en la fecha de su cumpleaños
- ✓ Actividades de integración

- ✓ Instalaciones cómodas para los turnos de amanecida (calefacción, ventilación, alimentos entre otros)

6.5.3. Con la comunidad.

- ✓ Fomento en campañas de esterilización y tenencia responsable a través de las redes sociales.
- ✓ Apoyo para recaudación de fondos para albergue de perros (ejemplo: Se colocará una lata dentro del establecimiento para incentivar a los clientes

7. Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Tabla 63: Activo tangible

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
Producción			**57,661.0**	**10,379.0**	**68,040.0**
SLALOM (PALITOS)	12	60	610.2	109.8	720.0
EMPALIZADA (RAMPAS)	4	40	135.6	24.4	160.0
AGILITY TUNEL VON STARK	2	160	271.2	48.8	320.0
VALLA DE SALTO	4	235	796.6	143.4	940.0
BASCULA	4	275	932.2	167.8	1,100.0
VENTILADOR REFRESCANTE	12	300	3,050.8	549.2	3,600.0
VEHICULO VAN (TC 3.40)	1	61,200	51,864.4	9,335.6	61,200.0
Administración			**3,160.2**	**568.8**	**3,729.0**
COMPUTADORA	2	1,500	2,542.4	457.6	3,000.0
CAJA FUERTE	1	89	75.4	13.6	89.0
IMPRESORA	2	320	542.4	97.6	640.0
Ventas			**4,237.3**	**762.7**	**5,000.0**
8 Cámaras de seguridad CCTV HD IP + Cable RJ45 de 50 mt.	1	2,500	2,118.6	381.4	2,500.0
PC de escritorio - Lenovo i5	1	2,500	2,118.6	381.4	2,500.0
TOTAL ACTIVO FIJO			**65,058**	**11,711**	**76,769**

Fuente: Elaboración Propia

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

La inversión de activo intangible está compuesta por los gastos en trámites relacionados con la constitución de la empresa.

El detalle a continuación:

Tabla 64: Activo intangible

Concepto	Valor	I.G.V.	Importe	Producción		Administración	Ventas
Gastos de Constitución	**1,262.5**	**227.3**	**1,262.5**	**0**		**1,262.5**	**0**
Certificado de busqueda	5.0	0.9	5.0	0	100%	5.0	0
Reserva de nombre	18.0	3.2	18.0	0	100%	18.0	0
Elaboracion de minuta y Constitucion y derechos notariales	750.0	135.0	750.0	0	100%	750.0	0
Inscripcion en registros publicos	120.0	21.6	120.0	0	100%	120.0	0
Copia literal de partida electronica	10.0	1.8	10.0	0	100%	10.0	0
Legalizacion de 3 copias	8.5	1.5	8.5	0	100%	8.5	0
Apertura cuenta de ahorro	21.0	3.8	21.0	0	100%	21.0	0
Escritura de constancia SAC	110.0	19.8	110.0	0	100%	110.0	0
Obtencion de RUC	0.0	0.0	0.0	0	100%	0.0	0
Impresión de comprobantes de pago (facturas, boletas de venta)	220.0	39.6	220.0	0	100%	220.0	0
				0	100%	0.0	0
Marcas y Patentes	**805.5**	**145.0**	**805.5**	**0**		**805.5**	**0**
Busqueda de fonetica y figurativa (3 clases)	69.5	12.5	69.5	0	100%	69.5	0
Registro de marca	536.0	96.5	536.0			536.0	
Anuncio del diario el peruano	200.0	36.0	200.0	0	100%	200.0	0
Licencias y Autorizaciones	**4,517.4**	**813.1**	**4,517.4**	**0**		**4,517.4**	**0**
Tramite de licencia de funcionamiento	17.4	3.1	17.4	0	100%	17.4	0
Tramite de DEFENSA CIVIL, incluido planos	4,500.0	810.0	4,500.0	0	100%	4,500.0	0
SOFTWARE	**7,760.0**	**1,396.8**	**7,760.0**			**7,760**	
Diseño de pagina web	1,200.0	216.0	1,200.0	0	100%	1,200	0
Programa de APP	3,500.0	630.0	3,500.0	0	100%	3,500	0
Windows Office	1,440.0	259.2	1,440.0	0	100%	1,440	0
Antivirus	1,620.0	291.6	1,620.0	0	100%	1,620	0
				0			0
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	**14,345.4**	**2,582.2**	**14,345.4**	**0**		**6,585.4**	**0**

Fuente: Elaboración Propia

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Los gastos pre-operativos se conforman por los gastos de adecuación del local, alquiler, campaña de lanzamiento, entre otros gastos

Tabla 65: Activo fijo no depreciable

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activo Fijo No Depreciable			**80,250.8**	**14,445.2**	**94,696.0**
MESA CON SILLAS	1	300	254.2	45.8	300.0
MICROONDAS	1	200	169.5	30.5	200.0
REFRIGERADORA	1	350	296.6	53.4	350.0
DISPENSADOR DE AGUA	1	250	211.9	38.1	250.0
VENTILADOR	2	120	203.4	36.6	240.0
ESCRITORIO	2	449	761.0	137.0	898.0
SILLAS DE OFICINA	4	159	539.0	97.0	636.0
TELEFONO CON ANEXO	2	30	50.8	9.2	60.0
SOFA	2	300	508.5	91.5	600.0
MACETERO	2	15	25.4	4.6	30.0
ESTANTES DE MELAMINA	4	300	1,016.9	183.1	1,200.0
TACHOS DE BASURA	3	35	89.0	16.0	105.0
CAMA	1	320	271.2	48.8	320.0
COLCHA	1	35	29.7	5.3	35.0
TELEVISOR	1	350	296.6	53.4	350.0
COLCHON	1	300	254.2	45.8	300.0
ALMOHADA	1	15	12.7	2.3	15.0
CONSTRUCCIÓN DE HABITACIONES (Mano de obra y materiales)	1	24,000	20,339.0	3,661.0	24,000.0
CONSTRUCCION AREAS DE ATENCION AL CLIENTE	1	28,000	23,728.8	4,271.2	28,000.0
PINTADO DE AMBIENTES - PINTURA EL VENCEDOR	15	50	635.6	114.4	750.0
MANO DE OBRA DE PINTADO	1	2,500	2,118.6	381.4	2,500.0
INSTALACIÓN ELECTRICA INLCUIDO MANO DE OBRA	1	2,000	1,694.9	305.1	2,000.0
INSTALACION DE PUERTAS CONTRAPLACADA AREA RECEPCION (MANO	3	250	635.6	114.4	750.0
INSTALACION DE PUERTASS DE HIERRO INCLUIDA MANO DE OBRA	30	250	6,355.9	1,144.1	7,500.0
CERCADO CON MALLA DE ALAMBRE GALVANIZADO	500	5	2,076.3	373.7	2,450.0
INSTALACION DE MALLA DE ALAMBRE	1	750	635.6	114.4	750.0
GRAS AMERICANO PATIO	2,000	3	4,237.3	762.7	5,000.0
INSTALACION DE GRAS AMERICANO	2,000	2	2,542.4	457.6	3,000.0
VENTANAS DE VIDRIO INCLUIDO MANO DE OBRA	5	165	699.2	125.8	825.0
VENTILADORES	20	59	1,000.0	180.0	1,180.0
CALEFACTOR	18	189	2,883.1	518.9	3,402.0
INSTALACION DE LOCETAS INCLUIDO MANO DE OBRA	1	2,600	2,203.4	396.6	2,600.0
VENTILADOR REFRESCANTE	12	300	3,050.8	549.2	3,600.0
INSTALACION ZONA DE JUEGOS MANO DE OBRA	1	500	423.7	76.3	500.0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66: Útiles de Oficina

Utiles de Oficina			**718.1**	**129.2**	**847.3**
GRAPADOR	3	5	11.4	2.1	13.5
GRAPAS (CAJAS POR 5000 UNIDADES)	5	8	31.8	5.7	37.5
SACAGRAPAS	3	3	6.4	1.1	7.5
ENGRAPADOR METAL TIPO ALICATE	3	9	22.1	4.0	26.1
CLIPS CAJA X 100	5	2	8.5	1.5	10.0
CLIPS MARIPOSA CAJA X 50	5	3	14.4	2.6	17.0
PERFORADOR DE METAL 20 HOJAS	3	10	24.9	4.5	29.4
TIJERA	2	9	15.3	2.7	18.0
POST IT 3X3	5	3	13.6	2.4	16.0
HOJAS BOND	5	14	59.3	10.7	70.0
DISPENSADORES	3	25	63.6	11.4	75.0
LAPICEROS	2	15	25.4	4.6	30.0
LAPICES	2	12	20.3	3.7	24.0
BORRADOR	1	8	6.8	1.2	8.0
TAJADOR	3	5	12.7	2.3	15.0
RESALTADOR	6	3	12.7	2.3	15.0
CORRECTOR	6	5	22.9	4.1	27.0
BANDEJAS PARA HOJAS	6	25	127.1	22.9	150.0
ARCHIVADORES	6	9	43.2	7.8	51.0
CUADERNOS	2	5	8.5	1.5	10.0
SELLOS	6	16	78.8	14.2	93.0
LIGAS	3	6	15.3	2.7	18.0
PLUMONES	6	2	11.7	2.1	13.8
CINTAS	5	4	14.8	2.7	17.5
SOBRES	2	1	0.8	0.2	1.0
FOLDER	12	5	45.8	8.2	54.0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 67: Enseres diversos y útiles de limpieza

Enseres Diversos			**6,138.7**	**1,105.1**	**7,243.8**
MESA METALICA	1	250	250.0	45.0	295.0
TERMOMETRO	3	10	30.0	5.4	35.4
JERINGA	36	12	432.0	77.8	509.8
AGUJAS	36	10	360.0	64.8	424.8
GUANTES LATEX x 100 unidades	10	16	160.0	28.8	188.8
GASAS ESTERILES x 20 unidades	6	11	66.0	11.9	77.9
ESPARADRAPO DE TELA	4	15	60.0	10.8	70.8
ALGODÓN	12	5	60.0	10.8	70.8
SPRAY ANTISEPTICO	5	45	225.0	40.5	265.5
AGUA OXIGENADA	10	8	80.0	14.4	94.4
ALCOHOL	10	10	100.0	18.0	118.0
CREMA ANTIBIOTICA	5	45	225.0	40.5	265.5
TIJERA PEQUEÑAS CON PUNTA ROMA	4	20	80.0	14.4	94.4
PINZAS	4	15	60.0	10.8	70.8
EXTINTORES PQS ABC 6KG.	10	150	2,250.0	405.0	2,655.0
SOPORTE PARA EXTINTOR	10	30	450.0	81.0	531.0
ALARMA CONTRA INCENDIOS (BASICO)	3	180	540.0	97.0	637.0
BOTIQUÍN (Incluye medicamentos básicos)	2	38	76.0	14.0	90.0
LUZ DE EMERGENCIA	10	55	550.0	99.0	649.0
LETREROS DE SEÑALIZACION	5	100	84.7	15.3	100.0
Útiles de Limpieza			**3,896.0**	**702.4**	**4,598.4**
ESCOBA DOMÉSTICA	1	14	11.8	2.1	13.9
RECOGEDOR GRANDE PLASTICO	1	8	6.7	1.2	7.9
BALDE DE 20 LT CAP.	2	6	10.2	1.8	12.0
ESPONJA	5	5	21.2	3.8	25.0
BOLSAS NEGRAS PARA BASURA 140 LTS (X 100 UN)	1	15	12.7	2.3	15.0
MANGUERA POR 100 METROS	1	80	67.8	12.2	80.0
GUANTES	4	15	50.8	9.2	60.0
TRAPEADOR	4	3	8.5	1.5	10.0
ESCOBILLON	1	20	16.9	3.0	19.9
TACHO GRANDE CON RUEDITAS	1	125	105.9	19.1	125.0
TACHOS DE PATIO	1	50	42.3	7.6	49.9
LEJIA GALON POR 1 LITRO	4	5	16.9	3.1	20.0
LIMPIADOR DE BAÑO (ENVASE DE 3.5LT)	1	10	8.5	1.5	10.0
HISOPO 3 EN 1 PARA BAÑO	1	15	12.6	2.3	14.9
AMBIENTADOR EN SPRAY X 400 ML	1	9	7.5	1.4	8.9
DETERGENTE x 9 KILOS	2	65	110.2	19.8	130.0
PAPEL HIGIENICO	15	15	190.7	34.3	225.0
DISPENSADOR DE JABON	1	35	29.7	5.3	35.0
DISPENSADOR DE PAPEL	1	35	29.5	6.5	36.0
ASPIRADORA	1	200	169.5	30.5	200.0
LAVADORA + SECADORA	1	3,500	2,966.1	533.9	3,500.0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68: Uniformes, servicios, remuneraciones y servicio terciario

Uniformes			**669.5**	**120.5**	**790.0**
POLOS	6	25	127.1	22.9	150.0
CASACAS	6	45	228.8	41.2	270.0
GORRAS	6	15	76.3	13.7	90.0
GUANTES	15	12	152.5	27.5	180.0
BOLSITAS	5	20	84.7	15.3	100.0
Servicios Públicos y Otros			**1,893.6**	**340.8**	**2,004.9**
Instalación Teléfono e Internet	1	110	110.1	19.8	129.9
AGUA	1	350	350.0	63.0	350.0
ENERGIA ELECTRICA	1	450	450.0	81.0	450.0
SERVICIO DE INTERNET	1	399	399.0	71.8	399.0
SERVICIO DE TELEFONO	1	76	76.0	13.7	76.0
SERVICIO DE RECLUTAMIENTO	10	60	508.5	91.5	600.0
Remuneraciones			**9,322.0**	**1,678.0**	**11,000.0**
ADMINISTRADOR	1	3,200	2,711.9	488.1	3,200.0
ASISTENTE	1	1,500	1,271.2	228.8	1,500.0
VETERINARIO	1	2,200	1,864.4	335.6	2,200.0
ADIESTRADOR	2	1,200	2,033.9	366.1	2,400.0
CUIDADOR	2	850	1,440.7	259.3	1,700.0
Servicio Terciario			**3,305.1**	**594.9**	**13,685**
VIGILANTE	2	1,200	2,033.9	366	2,400
PERSONAL DE MANTENIMIENTO	1	900	763	137	900
CONTADOR	1	600	508	92	600
CONDUCTOR	1	850	153	697	850
ANUNCIO FACEBOOK	1	980	831	149	980
EJECUCION DE VIDEOS EN FB	1	1,360	297	53	350
ELABORACION PAGINA WEB	1	3,500	2,966	534	3,500
DOMINIO ANUAL	1	49	41	7	49
HOSTING	1	39	33	6	39
POSICIONAMIENTO SEO	1	390	331	59	390
POSICIONAMIENTO SEM	1	127	108	19	127
APLICATIVO MOVIL	1	3,500	2,966	534	3,500

Tabla 69: Gastos de apertura, alquiler de local y garantía de alquiler

Gastos de Apertura			**7,187.7**	**1,305.3**	**8,493.0**
Carteles de Marketing incluido mano de obra	4	700	2,372.9	427.1	2,800.0
Campaña de lanzamiento de marca	1	5,000	4,237.3	762.7	5,000.0
Impresión de volantes apertura	1	338	286.0	51.5	337.5
Impresión en ejecucion del proyecto	1	23	18.5	4.1	22.5
Portaretratos	1	333	273.1	59.9	333.0
Alquiler de Local			**3,984.0**	**717.1**	**4,701.1**
Pago mensual (TC 3.32)	1	3,984	3,984.0	717.1	4,701.1
SUBTOTAL PRE OPERATIVOS			**111,226.7**	**20,033.5**	**140,815.3**
Garantía de Alquiler			**7,968.0**	**1,434.2**	**9,402.2**
Pago mensual (TC 3.32)	2	3,984	7,968.0	1,434.2	9,402.2
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			**119,194.7**	**21,467.7**	**150,217.5**

Fuente: Elaboración Propia

7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

Los inventarios iniciales están compuestos de todo lo que necesitará la mascota para tener una agradable y cómoda estadía en la guardería.

Tabla 70: Inventario inicial

INVENTARIO INICIAL DE MATERIALES						
	Unidad de	Cantidad	Costo Unitario	Sub Total	IGV 18%	Total precio de venta
GUARDERIA			**S/.1,418.00**	**S/.17,261.02**	**S/.3,106.98**	**S/.20,368.00**
JUGUETES VARIOS	UNIDAD	100	S/.8.00	S/.677.97	S/.122.03	S/.800.00
CAMAS GRANDES	UNIDAD	5	S/.85.00	S/.360.17	S/.64.83	S/.425.00
CAMAS ESTÁNDAR	UNIDAD	31	S/.31.00	S/.814.41	S/.146.59	S/.961.00
PLATOS	UNIDAD	40	S/.16.00	S/.542.37	S/.97.63	S/.640.00
BEBEDEROS	UNIDAD	40	S/.15.00	S/.508.47	S/.91.53	S/.600.00
CALEFACTOR	UNIDAD	18	S/.189.00	S/.2,883.05	S/.518.95	S/.3,402.00
VENTILADORES	UNIDAD	20	S/. 59.00	S/.1,000.00	S/.180.00	S/.1,180.00
COLCHAS	UNIDAD	24	S/.15.00	S/.305.08	S/.54.92	S/.360.00
SACO DE COMIDA CANINA X 25KG (PRO PLAN ADULTOS)	UNIDAD	12	S/.245.00	S/.2,491.53	S/.448.47	S/.2,940.00
SACO DE COMIDA CANINA X 25KG (PRO PLAN ADULTOS MAYORES)	UNIDAD	12	S/.250.00	S/.2,542.37	S/.457.63	S/.3,000.00
SACO DE COMIDA CANINA X 25KG (PRO PLAN CACHORROS)	UNIDAD	12	S/.255.00	S/.2,593.22	S/.466.78	S/.3,060.00
SACO DE COMIDA CANINA X 25KG (PRO PLAN RAZAS PEQUEÑAS)	UNIDAD	12	S/.250.00	S/.2,542.37	S/.457.63	S/.3,000.00
			S/ 223.00	**S/ 600.85**	**S/ 108.15**	**S/ 709.00**
MOCHILA	UNIDAD	3	S/ 50.00	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
BOLSITAS	MILLAR	5	S/ 20.00	S/ 84.75	S/ 15.25	S/ 100.00
PECHERA SMALL	UNIDAD	3	S/ 25.00	S/ 63.56	S/ 11.44	S/ 75.00
PECHERA MEDIUM	UNIDAD	3	S/ 35.00	S/ 88.98	S/ 16.02	S/ 105.00
PECHERA LARGE	UNIDAD	3	S/ 55.00	S/ 139.83	S/ 25.17	S/ 165.00
BOSAL	UNIDAD	3	S/ 38.00	S/ 96.61	S/ 17.39	S/ 114.00

TOTAL INVENTARIO INICIAL SIN IGV	S/ 17,861.86
IGV	S/ 3,215.14
TOTAL INVENTARIO INICIAL CON IGV	S/ 21,077.00

Fuente: Elaboración Propia

7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).

Para el cálculo de capital de trabajo bajo el método de déficit acumulado se debe hallar los ingresos y egresos desembolsables de cada mes del primer año del proyecto para después hallar el saldo acumulado de cada mes.

Tabla 71: Inversión capital de trabajo

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
INGRESOS EN EFECTIVO												
Ventas	20,426	20,619	20,619	20,812	21,004	21,197	21,582	21,968	22,353	22,739	23,124	23,509
IGV Ventas	3,677	3,711	3,711	3,746	3,781	3,815	3,885	3,954	4,024	4,093	4,162	4,232
Total Ingresos en Efectivo	**24,103**	**24,330**	**24,330**	**24,558**	**24,785**	**25,012**	**25,467**	**25,922**	**26,377**	**26,832**	**27,286**	**27,741**
EGRESOS EN EFECTIVO												
Materia Prima e Insumos (Incl. IGV)												
Materia Prima e Insumos												
Personal												
Personal Administrativo	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000
Gratificación							3,450					3,450
CTS					3,450						3,450	
ESSALUD	621	621	621	621	621	621	621	621	621	621	621	621
Suministros, Servicios y Alquileres (Incl. IGV)												
Energía eléctrica	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Agua	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Servicio de internet	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399
Servicio de teléfono	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Arbitrios	0	240	0	0	240	0	0	240	0	0	240	0
Alquiler de locales	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984	3,984
Servicios Tercerizados	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685	13,685
Suministros Diversos	0	0	0	0	0	0	491	0	0	0	0	0
Uniformes	790	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento Vehículo	0	0	800	0	0	800	0	0	800	0	0	800
Combustible Vehículo	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Actividades Respons. Social	300	0	0	0	0	300	0	0	0	0	0	500
Promoción y Publicidad												
Gastos de Prom. y Publicidad	2,628	1,935	1,935.00	1,935	1,935	1,935	1,935	1,935	1,935	1,935	1,935	1,935
Impuestos												
Pago a Cuenta Imp. Renta	0	306	309	309	312	315	318	324	330	335	341	347
Pagos de IGV al Estado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstamo												
Cuotas del préstamo	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339	2,339
Total Egresos en Efectivo	**37,122**	**35,885**	**36,448**	**35,648**	**39,341**	**36,754**	**39,598**	**35,903**	**36,468**	**35,674**	**39,370**	**40,436**
Ingresos menos Egresos	**(13,019)**	**(11,555)**	**(12,118)**	**(11,090)**	**(14,556)**	**(11,741)**	**(14,131)**	**(9,981)**	**(10,092)**	**(8,843)**	**(12,084)**	**(12,695)**
Saldo Final de Caja	**(13,019)**	**(24,574)**	**(36,692)**	**(47,782)**	**(62,338)**	**(74,079)**	**(88,210)**	**(98,190)**	**(108,282)**	**(117,124)**	**(129,208)**	**(141,903)**
Máximo Déficit Mensual Acumul.	(141,903)											
Caja Mínima Requerida	3,712	Estimado en el egreso de tres (3) días del mes con el máximo egreso										
Inversión en Capital de Trabajo	**(138,190)**											

* Sobre la venta a Supermercados (60% de la venta total), a un costo anual del 28.5% a 60 días

Máximo Déficit Mensual Acumul.	(141,903)	
Caja Mínima Requerida	234	Estimado en el egreso de tres (3) días del mes con el máximo egreso
Inversión en Capital de Trabajo	**(141,669)**	

Fuente: Elaboración Propia

7.1.6. Liquidación del IGV.

Para la liquidación de IGV solo se considera los activos que estén afectos al impuesto general a las ventas, los gastos de SUNARP, INDECOPI no se encuentran afectos al impuesto, de igual forma el alquiler del local.

Tabla 72: Liquidación IGV

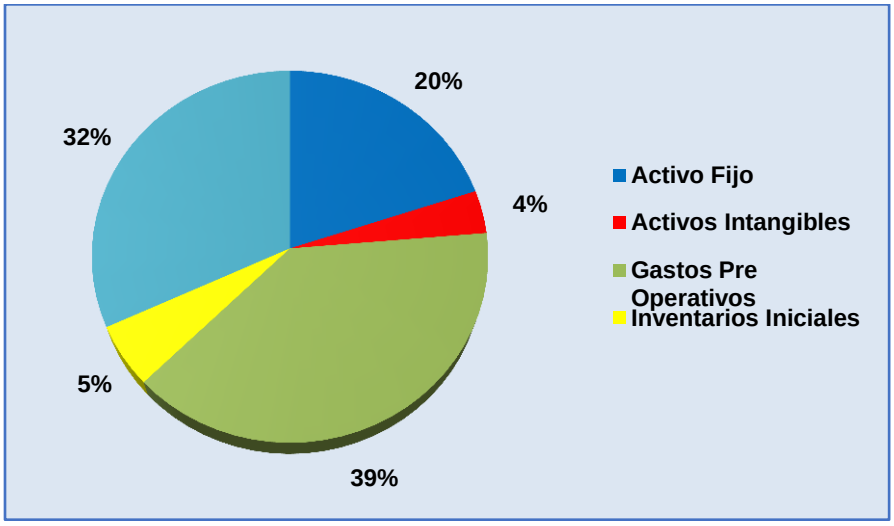
Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
IGV Ventas	46,791	62,769	69,046	84,838	93,322
IGV Materia Prima e Insumos	0	0	0	0	0
IGV Serv. y Contrib. Municip.	(29,559)	(29,559)	(29,559)	(29,559)	(29,559)
IGV Suministros Diversos	(88)	(88)	(88)	(88)	(88)
IGV Uniformes	(142)	(142)	(142)	(142)	(142)
IGV Mantenimiento Vehículo	(576)	(576)	(576)	(576)	(576)
IGV Combustible Vehículo	(1,080)	(1,080)	(1,080)	(1,080)	(1,080)
IGV de Alquileres	(8,605)	(8,605)	(8,605)	(8,605)	(8,605)
IGV Activ. Respons. Social	(198)	(198)	(198)	(198)	(198)
IGV Publicidad y Marketing	0	0	0	0	0
IGV Activo Fijo	0	0	0	0	0
IGV Intangibles	0	0	0	0	0
IGV Gastos Pre Operativos	0	0	0	0	0
IGV Inventarios Iniciales	0	0	0	0	0
IGV Neto	**6,543**	**6,543**	**6,543**	**6,543**	**6,543**
Crédito Fiscal	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Pago de IGV	**6,543**	**6,543**	**6,543**	**6,543**	**6,543**

Fuente: Elaboración Propia

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

Tabla 73: Resumen de inversión

Rubro	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activo Fijo	65,058	11,711	76,769	19%
Activos Intangibles	14,345	2,582	14,345	4%
Gastos Pre Operativos	119,195	21,468	150,218	37%
Inventarios Iniciales	17,862	3,215	21,077	5%
Capital de Trabajo	141,669	0	141,669	35%
TOTAL	**358,129**	**38,976**	**404,078**	**100%**



Fuente: Elaboración Propia

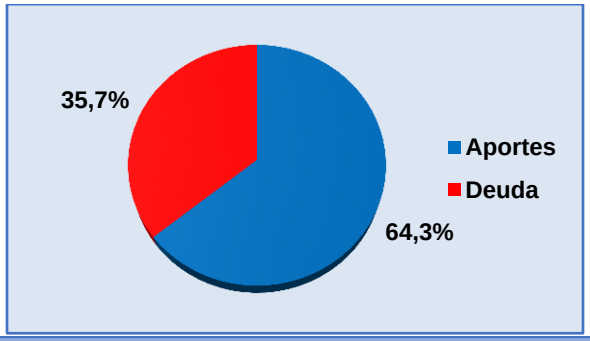
7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura de financiamiento.

Se financiará el activo fijo 35.7% y el 64.3% será aporte de cada socio que viene a ser S/ 29,955.00

Tabla 74: Financiamiento

Tipo	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	Aportes		Deuda	
				Monto	%	Monto	%
Activo Fijo	65,058	11,711	76,769	26,784	34.9%	49,985	65.1%
Activos Intangibles	14,345	2,582	14,345	14,345	100.0%	0	0.0%
Gastos Pre Operativos	119,195	21,468	150,218	150,218	100.0%	0	0.0%
Inventarios Iniciales	17,862	3,215	21,077	21,077	100.0%	0	0.0%
Capital de Trabajo	(122,558)	0	(122,558)	(122,558)	100.0%	0	0.0%
TOTAL	**93,903**	**38,976**	**139,851**	**89,866**	**64.3%**	**49,985**	**35.7%**



APORTE DE CADA SOCIO (En Nuevos Soles)	
Gabriela Castro	29,955
Ivana Lozada	29,955
Jorge Valerio	29,955
TOTAL	**89,866**

Fuente: Elaboración Propia

7.2.2. Financiamiento del activo fijo.

Contaremos con el apoyo de un inversionista que nos brindará un préstamo a una tasa del 45%.

Tabla 75: Financiamiento activo fijo

Préstamo	49,985	
TCEA	45.00%	Amigo inversionista
TEM	3.1%	
Plazo	3	años
Plazo	36	meses
Cuota Mensual	**2,339**	

Cronograma de Pagos						
Me	**Saldo**	**Interés**	**Capital**	**Cuota**	**Escudo**	**Saldo**
1	49,985	1,572	767	2,339	472	49,217
2	49,217	1,548	791	2,339	464	48,426
3	48,426	1,523	816	2,339	457	47,610
4	47,610	1,497	842	2,339	449	46,768
5	46,768	1,471	868	2,339	441	45,899
6	45,899	1,443	896	2,339	433	45,003
7	45,003	1,415	924	2,339	425	44,079
8	44,079	1,386	953	2,339	416	43,126
9	43,126	1,356	983	2,339	407	42,143
10	42,143	1,325	1,014	2,339	398	41,130
11	41,130	1,293	1,046	2,339	388	40,084
12	40,084	1,261	1,079	2,339	378	39,005
13	39,005	1,227	1,113	2,339	368	37,892
14	37,892	1,192	1,148	2,339	357	36,745
15	36,745	1,156	1,184	2,339	347	35,561
16	35,561	1,118	1,221	2,339	336	34,340
17	34,340	1,080	1,259	2,339	324	33,081
18	33,081	1,040	1,299	2,339	312	31,782
19	31,782	999	1,340	2,339	300	30,442
20	30,442	957	1,382	2,339	287	29,060
21	29,060	914	1,425	2,339	274	27,635
22	27,635	869	1,470	2,339	261	26,165
23	26,165	823	1,516	2,339	247	24,649
24	24,649	775	1,564	2,339	233	23,085
25	23,085	726	1,613	2,339	218	21,471
26	21,471	675	1,664	2,339	203	19,807
27	19,807	623	1,716	2,339	187	18,091
28	18,091	569	1,770	2,339	171	16,321
29	16,321	513	1,826	2,339	154	14,495
30	14,495	456	1,883	2,339	137	12,611
31	12,611	397	1,943	2,339	119	10,669
32	10,669	336	2,004	2,339	101	8,665
33	8,665	272	2,067	2,339	82	6,598
34	6,598	208	2,132	2,339	62	4,466
35	4,466	140	2,199	2,339	42	2,268
36	2,268	71	2,268	2,339	21	(0)
Totales		**34,227**	**49,985**	**84,212**	**10,268**	

Fuente: Elaboración Propia

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas.

Los ingresos son generados por las ventas de los servicios, es decir básico, médium y Premium.

Tabla 76: Ingresos anuales

Producto	Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Servicio Basico	Número	2,768	3,649	4,014	3,591	3,950
	Precio	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Servicio Medium	Número	1,661	2,190	2,400	2,693	2,963
	Precio	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Servicio Premium	Número	1,107	1,460	1,606	2,268	2,963
	Precio	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00
Total Productos		5,535	7,299	8,019	8,978	9,875

RUBRO		2018	2019	2020	2021	2022
Servicio Basico		83,025	109,478	120,425	107,731	118,504
Servicio Medium		83,025	109,478	119,980	134,664	148,130
Servicio Premium		94,095	124,075	136,482	228,929	251,822
TOTAL VENTA		**260,145**	**343,030**	**376,887**	**471,324**	**518,456**
I.G.V. de Ventas		46,826	61,745	67,840	84,838	93,322
VENTA CON I.G.V.		**306,971**	**404,775**	**444,727**	**556,162**	**611,778**

Rubro		2018	2019	2020	2021	2022
Servicio Basico		32%	32%	23%	23%	23%
Servicio Medium		32%	32%	32%	29%	29%
Servicio Premium		36%	36%	36%	49%	49%

RUBRO		2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL VENTA		**260,145**	**343,030**	**376,887**	**471,324**	**518,456**

Información para Flujo de Caja

RUBRO		2018	2019	2020	2021	2022
Venta sin I.G.V.		**260,145**	**343,030**	**376,887**	**471,324**	**518,456**
I.G.V.		46,826	61,745	67,840	84,838	93,322
TOTAL COBRANZA		**306,971**	**404,775**	**444,727**	**556,162**	**611,778**

Fuente: Elaboración Propia

7.3.2 Recuperación del capital de trabajo.

Tabla 77: Recuperación capital de trabajo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3		
Ventas		376,887	471,324	518,456		
Capital de trabajo necesario		141,669	177,167	194,883	Ratio =	**37.59%**
Inversion capital de trabajo	(141,669)	(35,498)	(17,717)			
Recuperacion de capital de trabajo				**194,883**		

Fuente: Elaboración Propia

7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 78: Valor de desecho

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Util (años)	Deprec. (3 años)	V.Libros (3er año)	V.Merc. (%)	V. Merc. (Soles)	Valor de Desecho
Operaciones			**56,637**	**12,203**	**68,840**		**36,301**	**92,937**		**28,318**	**45,119**
SLALOM (PALITOS)	12	60	610.2	109.8	720.0	3	610	1,220	50%	305	543
EMPALIZADA (RAMPAS)	4	40	135.6	24.4	160.0	3	136	271	50%	68	121
AGILITY TUNEL VON STARK	2	160	271.2	48.8	320.0	3	271	542	50%	136	241
VALLA DE SALTO	4	235	796.6	143.4	940.0	3	797	1,593	50%	398	709
BASCULA	4	275	932.2	167.8	1,100.0	3	932	1,864	50%	466	830
VENTILADOR REFRESCANTE	12	300	3,050.8	549.2	3,600.0	3	3,051	6,102	50%	1,525	2,715
VEHICULO VAN (TC 3.40)	1	62,000	50,840	11,160	62,000.0	5	30,504	81,344	50%	25,420	39,960
Administración			**3,160**	**569**	**3,729**		**2,370**	**5,530**		**474**	**1,789**
COMPUTADORA	2	1,500	2,542.4	457.6	3,000.0	4	1,907	4,449	15%	381	1,439
CAJA FUERTE	1	89	75.4	13.6	89.0	4	57	132	15%	11	43
IMPRESORA	2	320	542.4	97.6	640.0	4	407	949	15%	81	307
Ventas			**2,119**	**381**	**5,000**		**3,178**	**7,415**		**636**	**2,398**
8 Cámaras de seguridad CCTV HD IP + Cable	1	2,500	2,118.6	381.4	2,500.0	4	1,589	3,708	15%	318	1,199
PC de escritorio - Lenovo i5	1	2,500	2,118.6	381.4	2,500.0	4	1,589	3,708	15%	318	1,199
TOTAL ACTIVO FIJO			**61,915**	**13,154**	**77,569**		**41,849**	**105,883**		**29,428**	**49,306**
									IGV	**5,297**	
								Valor de			**54,603**

Fuente: Elaboración Propia

7.4 Costos y gastos anuales

7.4.1. Egresos desembolsables

7.4.1.1. Presupuesto de Mano de Obra Directa

La mano de obra está conformada por el personal que interviene directamente en el servicio de la guardería. A continuación, se muestra el puesto, sueldo y beneficios sociales

Tabla 79: Costo y gastos anuales

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Adiestrador	2	2	2	2	2
Cuidador	2	2	2	2	2
Adiestrador	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Cuidador	8,500	9,350	10,200	10,200	10,200
Básicos	41,000	49,200	49,200	49,200	49,200
SIS	600	720	720	720	720
Gasto Mano de Obra Directa	**41,600**	**49,920**	**49,920**	**49,920**	**49,920**
Pago Gratificación	0	0	0	0	0
Pago CTS	0	0	0	0	0
Pago Mano de Obra Directa	**41,600**	**49,920**	**49,920**	**49,920**	**49,920**

Fuente: Elaboración Propia

7.4.1.2. Presupuesto de costos indirectos.

Los Costos Indirectos son los costos relacionados indirectamente para el servicio de la guardería

Tabla 80: Cotos indirectos

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Mano de Obra Indirecta					
Asistente	1	1	1	1	1
Veterinario	1	1	1	1	1
Asistente	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
Veterinario	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400
Básicos	44,400	44,400	44,400	44,400	44,400
Sueldo Variable	0	0	0	0	0
Gratificación	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700
Bonificaciones					
CTS	4,008	4,008	4,008	4,008	4,008
Vacaciones					
ESSALUD	3,996	3,996	3,996	3,996	3,996
Gasto de Personal	**56,104**	**56,104**	**56,104**	**56,104**	**56,104**
Pago Gratificación	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700
Pago CTS	3,340	4,008	4,008	4,008	4,008
Total Pago de Personal	**55,436**	**56,104**	**56,104**	**56,104**	**56,104**
Serv. Públ. y Contrib. Munic.	**10,329**	**10,329**	**10,329**	**10,329**	**10,329**
Energía Eléctrica	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320
Agua	3,360	3,360	3,360	3,360	3,360
Teléfono e Internet	1,580	1,580	1,580	1,580	1,580
Telefonía Celular	301	301	301	301	301
Arbitrios	768	768	768	768	768
I.G.V.	1,721	1,721	1,721	1,721	1,721
Uniformes	**1,580**	**790**	**1,580**	**1,580**	**1,580**
POLOS	300	150	300	300	300
CASACAS	540	270	540	540	540
GORRAS	180	90	180	180	180
GUANTES	360	180	360	360	360
BOLSITAS	200	100	200	200	200
I.G.V.	284	142	284	284	284
Alquiler de Local	**38,208**	**38,208**	**38,208**	**38,208**	**38,208**
I.G.V.	6,877	6,877	6,877	6,877	6,877
Mantenimiento Vehículo	**3,200**	**3,200**	**3,200**	**3,200**	**3,200**
I.G.V.	576	576	576	576	576
Combustible Vehículo	**6,000**	**6,000**	**6,000**	**6,000**	**6,000**
I.G.V.	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080
Total Gasto sin IGV	**115,421**	**114,631**	**115,421**	**115,421**	**115,421**
Total Gasto con IGV	**125,960**	**125,028**	**125,960**	**125,960**	**125,960**
Total Pago sin IGV	**114,753**	**114,631**	**115,421**	**115,421**	**115,421**
Total Pago con IGV	**125,292**	**125,028**	**125,960**	**125,960**	**125,960**

Fuente: Elaboración Propia

7.4.1.3. Presupuesto de gastos de administración.

Detalle de todos los gastos asumidos por el área de administración.

Tabla 81: Gastos administrativos

Concepto	2018	2019	2020	2019	2020
Gerente	1	1	1	1	
Gerente	38,400	38,400	38,400	38,400	38,400
Básicos	38,400	38,400	38,400	38,400	38,400
Gratificación	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
CTS	3,467	3,467	3,467	3,467	3,467
ESSALUD	3,456	3,456	3,456	3,456	3,456
Gastos de Personal	**48,523**	**48,523**	**48,523**	**48,523**	**48,523**
Pago Gratificación	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
Pago CTS	2,889	3,467	3,467	3,467	3,467
Total Pago de Personal	**47,945**	**48,523**	**48,523**	**48,523**	**48,523**
Serv. y Contr. Municipales	**2,950**	**2,950**	**2,950**	**2,950**	**2,950**
Energía Eléctrica	864	864	864	864	864
Agua	672	672	672	672	672
Teléfono e Internet	1,059	1,059	1,059	1,059	1,059
Telefonía Celular	202	202	202	202	202
Arbitrios	154	154	154	154	154
IGV	503	503	503	503	503

Utiles de Oficina	**692**	**692**	**692**	**692**	**692**
GRAPADOR	13.5	13.5	13.5	13.5	13.5
GRAPAS (CAJAS POR 5000 UNIDADES)	37.5	37.5	37.5	37.5	37.5
SACAGRAPAS	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5
ENGRAPADOR METAL TIPO ALICATE	26,1	26,1	26,1	26,1	26,1
CLIPS CAJA X 100	17.0	17.0	17.0	17.0	17.0
CLIPS MARIPOSA CAJA X 50	29.4	29.4	29.4	29.4	29.4
PERFORADOR DE METAL 20 HOJAS	18.0	18.0	18.0	18.0	18.0
TIJERA	16.0	16.0	16.0	16.0	16.0
POST IT 3X3	70.0	70.0	70.0	70.0	70.0
HOJAS BOND	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0
DISPENSADORES	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0
LAPICEROS	24.0	24.0	24.0	24.0	24.0
LAPICES	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0
BORRADOR	16.0	16.0	16.0	16.0	16.0
TAJADOR	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0
RESALTADOR	27.0	27.0	27.0	27.0	27.0
CORRECTOR	27.0	27.0	27.0	27.0	27.0
BANDEJAS PARA HOJAS	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
ARCHIVADORES	51.0	51.0	51.0	51.0	51.0
CUADERNOS	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0
SELLOS	35.0	35.0	35.0	35.0	35.0
LIGAS	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
PLUMONES	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0
CINTAS	13.0	13.0	13.0	13.0	13.0
SOBRES	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
FOLDER	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0
IGV	125	125	125	125	125
Activ. Responsab. Social	**1,040**	**1,040**	**1,040**	**1,040**	**1,040**
Verano	270	270	270	270	270
Fiestas patrias	270	270	270	270	270
Hallowen	200	200	200	200	200
Navidad	300	300	300	300	300
IGV	187	187	187	187	187
Alquiler de Local	**9,552**	**9,552**	**9,552**	**9,552**	**9,552**
IGV	1,719	1,719	1,719	1,719	1,719
Servicios Tercerizados	**46,800**	**46,800**	**46,800**	**46,800**	**46,800**
Contador	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
Personal de Limpieza	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
Personal de Vigilancia	28,800	28,800	28,800	28,800	28,800
Total Gasto sin IGV	**109,556**	**109,556**	**109,556**	**109,556**	**109,556**
Total Gasto con IGV	**112,091**	**112,091**	**112,091**	**112,091**	**112,091**
Total Pago sin IGV	**109,556**	**110,167**	**109,556**	**109,556**	**109,556**
Total Pago con IGV	**112,091**	**112,701**	**112,091**	**112,091**	**112,091**

Fuente: Elaboración Propia

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación

Tabla 82: Depreciación

Concepto	Vida Util	2018	2019	2020	2021	2022
Operaciones		**1,450**	**1,450**	**1,448**	**1,449**	**1,449**
SLALOM (PALITOS)	3	51	51	51	45	51
EMPALIZADA (RAMPAS)	3	34	34	34	31	34
AGILITY TUNEL VON	3	135	135	135	116	127
VALLA DE SALTO	3	45	45	45	41	45
BASCULA	3	266	266	266	224	266
VENTILADOR	3	311	311	311	262	311
VEHICULO VAN (TC 3.40)	5	610	610	610	514	610
Administración		**1,271**	**1,271**	**1,271**	**1,271**	**1,271**
COMPUTADORA	2	1,271	1,271	1,271	1,271	1,271
CAJA FUERTE	1	0	0	0	0	0
IMPRESORA	2	0	0	0	2	0
Ventas		**530**	**530**	**530**	**530**	**530**
8 Cámaras de seguridad	3	2,124	2,124	2,124	2,124	2,124
PC de escritorio - Lenovo i5	4	530	530	530	530	530
Total Depreciación		**3,250**	**3,250**	**3,249**	**3,250**	**3,250**

Fuente: Elaboración Propia

.

7.4.2.2. Amortización de intangibles.

Tabla 83: Amortización de intangible

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Producción	0	0	0	0	0
Administración	2,195	2,195	2,195	2,195	2,195
Ventas	0	0	0	0	0
Total Amortización	**2,195**	**2,195**	**2,195**	**2,195**	**2,195**

Fuente: Elaboración Propia

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

Tabla 84: Gastos por activos fijos

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Producción	4,147	4,147	4,147	4,147	4,147
Administración	3,002	3,002	3,002	3,002	3,002
Ventas	1,655	1,655	1,655	1,655	1,655
Total Amortización	**8,803**	**8,803**	**8,803**	**8,803**	**8,803**

Fuente: Elaboración Propia

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

a) Costo de Producción Promedio Unitario. - El costo de producción unitario es el costo de realizar un servicio. Los costos involucrados para brindar el servicio es mano de obra y gastos indirectos, estos costos se dividirán entre la cantidad demandada de cada año del proyecto. A continuación, se demuestra los resultados.

Tabla 85: Costos de producción unitarios

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en número de unidades	**7,170**	**7,887**	**8,676**	**9,543**	**10,498**
Servicio Basico	3,585	3,944	4,338	4,772	5,249
Servicio Medio	2,151	2,366	2,603	2,863	3,149
Servicio Premium	1,434	1,577	1,735	1,909	2,100
Costos de Producción					
Materia Prima	0	0	0	0	0
Mano de Obra Directa	49,920	49,920	49,920	49,920	49,920
Costos Indirectos	115,421	114,631	115,421	114,631	115,421
Total Costo de Producción	**165,341**	**164,551**	**165,341**	**164,551**	**165,341**
Costo Unitario Promedio	**23.06**	**20.86**	**19.06**	**17.24**	**15.75**

Fuente: Elaboración Propia

b) Costo Total Promedio Unitario. - El costo total unitario involucra no solo el costo de realizar el servicio (MO, CIF) sino también los gastos de administración y gastos financieros. A continuación, el cálculo respetivo.

Tabla 86: Costo total unitario promedio

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en Unidades	**7,170**	**7,887**	**8,676**	**9,543**	**10,498**
Servicio Basico	3,585	3,944	4,338	4,772	5,249
Servicio Medium	2,151	2,366	2,603	2,863	3,149
Servicio Premium	1,434	1,577	1,735	1,909	2,100
Costos Totales					
Materia Prima	0	0	0	0	0
Mano de Obra Directa	49,920	49,920	49,920	49,920	49,920
Costos Indirectos	115,421	114,631	115,421	114,631	115,421
Gastos de Administración	109,556	109,556	109,556	109,556	109,556
Gastos de venta	0	0	0	0	0
Total Costos	**274,898**	**274,108**	**274,898**	**274,108**	**274,898**
Costo Total Unitario Promedio	**38.34**	**34.75**	**31.69**	**28.72**	**26.19**

Fuente: Elaboración Propia

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 87: Costo fijo y variable unitario

Costo Variable Unitario

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en Unidades	**7,170**	**7,887**	**8,676**	**9,543**	**10,498**
Servicio Basico	3,585	3,944	4,338	4,772	5,249
Servicio Medio	2,151	2,366	2,603	2,863	3,149
Servicio Premium	1,434	1,577	1,735	1,909	2,100
Costos Variables					
Materia Prima	0	0	0	0	0
Mano de Obra Directa	49,920	49,920	49,920	49,920	49,920
Costos Indirectos	115,421	114,631	115,421	115,421	115,421
Total Costos Variables	**165,341**	**164,551**	**165,341**	**165,341**	**165,341**
Costo Variable Unitario	**23.06**	**20.86**	**19.06**	**17.33**	**15.75**

Costo Fijo Unitario

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en Unidades	**7,170**	**7,887**	**8,676**	**8,741**	**8,808**
Servicio Basico	3,585	3,944	4,338	4,772	5,249
Servicio Medium	2,151	2,366	2,603	2,863	3,149
Servicio Premium	1,434	1,577	1,735	1,909	2,100
Costos Fijos					
Gastos de Administración	109,556	109,556	109,556	109,556	109,556
Gastos de venta	0	0	0	0	0
Total Costos Fijos	**109,556**	**109,556**	**109,556**	**109,556**	**109,556**
Costo Fijo Unitario	**15.28**	**13.89**	**12.63**	**12.53**	**12.44**

Fuente: Elaboración Propia

8. Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

- ✓ Horizonte de evaluación de 5 años, empezando en el 2018.
- ✓ El año de inversión es 2017 (noviembre y diciembre)

8.1 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

Como se observa en la siguiente tabla, la rentabilidad de la empresa muestra una tendencia positiva y creciente, lo que significa ganancias para el proyecto. Sin embargo, debido a que no contempla los gastos financieros del proyecto los resultados son más altos de lo que realmente serían.

Tabla 88: Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	**336,990**	**369,600**	**407,758**	**410,829**	**413,957**
(-) Costo de Ventas	**(170,940)**	**(170,146)**	**(170,936)**	**(170,995)**	**(170,936)**
(-) Materia Prima e Insumos	0	0	0	0	0
(-) Mano de Obra	(49,920)	(49,920)	(49,920)	(49,920)	(49,920)
(-) Costos Indirectos	(121,020)	(120,226)	(121,016)	(121,016)	(121,016)
Utilidad Bruta	**166,050**	**199,454**	**236,822**	**250,833**	**322,451**
(-) Gastos Operativos	**(118,210)**	**(118,209)**	**(118,209)**	**(118,209)**	**(118,209)**
(-) Administrativos	(109,556)	(109,556)	(109,556)	(109,556)	(109,556)
(-) De Ventas	0	0	0	0	0
(-) Depreciación	(1,801)	(1,801)	(1,801)	(1,801)	(1,801)
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	(4,657)	(4,657)	(4,657)	(4,657)	(4,657)
(-) Amortización de Intangibles	(2,195)	(2,195)	(2,195)	(2,195)	(2,195)
EBIT o Resultado Operativo	**47,841**	**81,244**	**118,612**	**159,329**	**204,242**
Compensación Pérdida Tributaria	0	0	0	0	0
Nueva Base Imponible	**47,841**	**81,244**	**118,612**	**159,329**	**204,242**
(-) Impuesto a la Renta	(4,784)	(12,121)	(23,144)	(23,144)	(23,144)
Resultado Neto	**43,057**	**69,124**	**95,468**	**136,185**	**181,097**

Fuente: Elaboración Propia

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal

El Estado de Ganancias y Pérdidas de la tabla anterior muestran la utilidad neta real del proyecto, pues considera los gastos financieros correspondientes al préstamo y el escudo fiscal por los intereses del préstamo.

Tabla 89: Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	**336,990**	**369,600**	**407,758**	**448,534**	**493,387**
(-) Costo de Ventas	**(170,940)**	**(170,146)**	**(170,936)**	**(170,936)**	**(170,936)**
(-) Materia Prima	0	0	0	0	0
(-) Mano de Obra	(49,920)	(49,920)	(49,920)	(49,920)	(49,920)
(-) Costos Indirectos	(121,020)	(120,226)	(121,016)	(121,016)	(121,016)
Utilidad Bruta	**166,050**	**199,454**	**236,822**	**277,597**	**322,451**
(-) Gastos Operativos	**(117,680)**	**(117,680)**	**(117,680)**	**(117,680)**	**(117,680)**
(-) Administrativos	(109,556)	(109,556)	(109,556)	(109,556)	(109,556)
(-) De Ventas	0	0	0	0	0
(-) Depreciación	(1,271)	(1,271)	(1,271)	(1,271)	(1,271)
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	(4,657)	(4,657)	(4,657)	(4,657)	(4,657)
(-) Amortización de Intangibles	(2,195)	(2,195)	(2,195)		(2,195)
EBIT o Resultado Operativo	**48,371**	**81,774**	**119,142**	**159,918**	**204,771**
(+) Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
(-) Gastos Financieros	(17,091)	(12,150)	(4,986)	0	0
(+/-) Ganancia (Pérdida) Venta A.F.	0	0	(56,577)	0	0
(+) Otros Ingresos (Gastos)	0	0	0	0	0
Resultado antes de Imp. Renta	**31,280**	**69,624**	**57,580**	**159,918**	**204,771**
Compensación Pérdida Tributaria	0	0	0	0	0
Nueva Base Imponible	**31,280**	**69,624**	**57,580**	**159,918**	**204,771**
(-) Impuesto a la Renta	(3,128)	(8,693)	(5,758)	(5,758)	(5,758)
Resultado Neto	**28,152**	**60,931**	**51,822**	**154,160**	**199,013**

Escudo Fiscal	**4,615**	**3,281**	**1,296**	**0**	**0**

Fuente: Elaboración Propia

8.3 Flujo de Caja Operativo

El Flujo de Caja operativo muestra los ingresos y egresos durante todo el horizonte de evaluación del proyecto.

Tabla 90: Flujo de caja operativo

CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas	**397,648**	**436,128**	**481,154**	**529,270**	**582,197**
(-) Costos operativos	**(291,509)**	**(299,160)**	**(341,254)**	**(351,603)**	**(359,676)**
(-) Materia Prima e Insumos	0	0	0	0	0
(-) Mano de Obra Directa	(49,920)	(49,920)	(49,920)	(49,920)	(49,920)
(-) Costos Indirectos	(125,292)	(125,028)	(125,960)	(125,960)	(125,960)
(-) Gastos Administrativos	(111,513)	(112,091)	(112,091)	(112,091)	(112,091)
(-) Gastos de Venta	0	0	0	0	0
(-) Impuesto a la Renta	(4,784)	(12,121)	(23,144)	(23,144)	(23,144)
(-) Pago de IGV	0	0	(30,138)	(32,752)	(34,264)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	**106,139**	**136,968**	**139,900**	**177,667**	**222,521**

Fuente: Elaboración Propia

8.4 Flujo de Capital

El Flujo de Caja de Capital considera todas las inversiones para realizar el proyecto, tales como la inversión de activo fijo, intangible, pre-operativos y capital de trabajo. Asimismo, se contempla el valor de desecho y recuperación de capital de trabajo al quinto año del proyecto.

Tabla 91: Flujo de capital

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020
Inversión en Activo Fijo	(76,769)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(14,345)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(150,218)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(21,077)	0	0	0
Capital de Trabajo	(122,558)	14,906	13,746	151,210
Recuperación Garantía de Alquiler		0	0	9,402
Valor de Desecho		0	0	54,603
FLUJO DE CAPITAL	**(384,967)**	**14,906**	**13,746**	**215,216**

Fuente: Elaboración Propia

8.5 Flujo de Caja Económico

El Flujo de Caja Económico es el flujo operativo restándole las inversiones realizadas (flujo de capital) y sumándole el valor de desecho y recuperación de capital de trabajo al último año del horizonte de evaluación.

Tabla 92: Flujo de caja económico

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020
Ingresos por Ventas		**397,648**	**436,128**	**481,154**
(-) Costos operativos		**(291,509)**	**(299,160)**	**(341,254)**
(-) Materia Prima		0	0	0
(-) Mano de Obra Directa		(49,920)	(49,920)	(49,920)
(-) Costos Indirectos		(125,292)	(125,028)	(125,960)
(-) Gastos Administrativos		(111,513)	(112,091)	(112,091)
(-) Gastos de Venta		0	0	0
(-) Impuesto a la Renta		(4,784)	(12,121)	(23,144)
(-) Pago de IGV	0	0	0	(30,138)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**106,139**	**136,968**	**139,900**
Inversión en Activo Fijo	(76,769)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(14,345)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(150,218)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(21,077)	0	0	0
Capital de Trabajo	(122,558)	14,906	13,746	151,210
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	9,402
Valor de Desecho	0	0	0	54,603
FLUJO DE CAPITAL	**(384,967)**	**14,906**	**13,746**	**215,216**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**(384,967)**	**121,045**	**150,715**	**355,116**

Fuente: Elaboración Propia

8.6. Flujo del Servicio de la deuda

Corresponde al monto a financiar por terceros; en este caso, la deuda adquirida por un inversionista, considerando la cuota a pagar, los intereses y el escudo fiscal, según el año de ocurrencia. Se puede observar el detalle a continuación:

Tabla 93: Flujo de servicio de deuda

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2019
Ingresos por Ventas		**397,648**	**436,128**	**481,154**
(-) Costos operativos		**(291,509)**	**(299,160)**	**(341,254)**
(-) Materia Prima		0	0	0
(-) Mano de Obra Directa		(49,920)	(49,920)	(49,920)
(-) Costos Indirectos		(125,292)	(125,028)	(125,960)
(-) Gastos Administrativos		(111,513)	(112,091)	(112,091)
(-) Gastos de Venta		0	0	0
(-) Impuesto a la Renta		(4,784)	(12,121)	(23,144)
(-) Pago de IGV	0	0	0	(30,138)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**106,139**	**136,968**	**139,900**
Inversión en Activo Fijo	(76,769)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(14,345)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(150,218)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(21,077)	0	0	0
Capital de Trabajo	(122,558)	14,906	13,746	151,210
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	9,402
Valor de Desecho	0	0	0	54,603
FLUJO DE CAPITAL	**(384,967)**	**14,906**	**13,746**	**215,216**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**(384,967)**	**121,045**	**150,715**	**355,116**
Préstamo	49,985	0	0	0
Cuotas de reembolso del préstamo		(28,071)	(28,071)	(28,071)
Escudo Fiscal		4,615	3,281	1,296
FLUJO SERVICIO DE LA DEUDA	**49,985**	**(23,456)**	**(24,790)**	**(26,774)**

Fuente: Elaboración Propia

8.7 Flujo de Caja Financiero

El flujo de Caja Financiero es la diferencia entre el flujo de caja económico y el servicio de la deuda durante los cinco años de evaluación de proyecto.

Tabla 94: Flujo de caja financiero

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2019
Ingresos por Ventas		**397,648**	**436,128**	**481,154**
(-) Costos operativos		**(291,509)**	**(299,160)**	**(341,254)**
(-) Materia Prima		0	0	0
(-) Mano de Obra Directa		(49,920)	(49,920)	(49,920)
(-) Costos Indirectos		(125,292)	(125,028)	(125,960)
(-) Gastos Administrativos		(111,513)	(112,091)	(112,091)
(-) Gastos de Venta		0	0	0
(-) Impuesto a la Renta		(4,784)	(12,121)	(23,144)
(-) Pago de IGV	0	0	0	(30,138)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		**106,139**	**136,968**	**139,900**
Inversión en Activo Fijo	(76,769)	0	0	0
Inversión en Intangibles	(14,345)	0	0	0
Gastos Pre Operativos	(150,218)	0	0	0
Inventarios Iniciales	(21,077)	0	0	0
Capital de Trabajo	(122,558)	14,906	13,746	151,210
Recuperación Garantía de Alquiler	0	0	0	9,402
Valor de Desecho	0	0	0	54,603
FLUJO DE CAPITAL	**(384,967)**	**14,906**	**13,746**	**215,216**
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**(384,967)**	**121,045**	**150,715**	**355,116**
Préstamo	49,985	0	0	0
Cuotas de reembolso del préstamo		(28,071)	(28,071)	(28,071)
Escudo Fiscal		4,615	3,281	1,296
FLUJO SERVICIO DE LA DEUDA	**49,985**	**(23,456)**	**(24,790)**	**(26,774)**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**(334,982)**	**97,589**	**125,924**	**328,342**

Fuente: Elaboración Propia

9. Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de Oportunidad

9.1.1.1. CAPM

El CAPM es un modelo financiero que nos permite calcular la tasa de retorno de un activo, y que la rentabilidad de un activo con riesgo sea proporcional al riesgo de mercado del mismo, su fórmula es la siguiente:

$Ke = Rf + \beta * (Rm – Rf)$

Dónde:
Ke: costo de oportunidad o rentabilidad del activo
Rf: tasa libre de riesgo
Rm: rendimiento esperado del mercado
β: riesgo del mercado (beta del sector)

Tabla 95: Cok

Costo de Oportunidad del Capital (COK)	Valor
Rendimiento del Mercado USA (S&P 500) (RM)	10.68%
Tasa Libre de Riesgo USA (T-Bonds) (TLR)	2.35%
Beta Desapalancada (BD)	0.96
Porcentaje de Endeudamiento (%D)	35.7%
Porcentaje de Aporte Propio (%E)	64.3%
Riesgo País (RP)	1.60%
Tasa de Impuesto a la Renta (TImpR)	29.50%
Beta Apalancada, calculada con la fórmula: BA = BD*{[1+(%D/%E)]*(1-TImpR)}	1.05
Costo de Oportunidad Modelo CAPM Ke = TLR+[BA*(RM-TLR)]+RP	**12.72%**

Fuente: Elaboración Propia

9.1.1.2. COK propio.

El promedio del COK de los socios es de 4.48% por ello se considerará en los siguientes cálculos el COK calculado por el modelo CPM

Tabla 96: COK PROPIO

Accionistas	Rentabilidad	Alternativa de inversión
Gabriela Castro	2.25%	BCP depósito a plazo de 360 días
Ivana Lozada	5.70%	Caja Arequipa deposito plazo fijo 360- 719 días
Jorge Valerio	3.63%	Fondos Mutuos Interbank
Promedio	**4.48%**	

Fuente: Elaboración Propia

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Para Lira B, (2014) es el costo ponderado de las fuentes de financiamiento que se utilizan en el proyecto, siendo esta la tasa que debe rendir el proyecto para que los accionistas y acreedores vean superada sus perspectivas de rentabilidad es decir crear valor para los accionistas.

Tabla 97: WACC

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	Modelo CAPM
Rendimiento del Mercado USA (S&P 500) (RM)	10.68%
Tasa Libre de Riesgo USA (T-Bonds) (TLR)	2.35%
Beta Desapalancada (BD)	0.96
Porcentaje de Endeudamiento (%D)	35.7%
Porcentaje de Aporte Propio (%E)	64.3%
Riesgo País (RP)	1.31%
Tasa de Impuesto a la Renta (TImpR)	28.50%
Beta Apalancada, calculada con la fórmula: BA = BD*{[1+(%D/%E)]*(1-TImpR)}	1.07
Costo de Oportunidad Modelo CAPM Ke = TLR+[BA*(RM-TLR)]+RP	**12.56%**
Costo de la Deuda (CD)	45.0%
Costo Efectivo de la Deuda (CD*(1-TImpR))	32.2%
Costo Promedio Ponderado de Capital WACC {Ke*[E/(E+D)]}+{CD*(1-TImpR)*[D/(E+D)]}	**19.57%**

Fuente: Elaboración Propia

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

9.2.1.1. VANE y VANF.

Valor actual neto (VAN**):** Para Nassir S. (2011) es el indicador de rentabilidad más conocido que mide el exceso resultante luego de haber obtenido la rentabilidad deseada y recuperado toda la inversión.

Este indicador trae todos los flujos al año 0 restándole la inversión si el resultado es positivo el proyecto debe aceptarse.

El proyecto se acepta cuando se presentan las siguientes situaciones:

- ✓ Si el VAN < 0; rechazar el proyecto
- ✓ Si el VAN = 0; indiferente
- ✓ Si el VAN > 0, aceptar el proyecto
- ✓

VANE: para el cálculo del VANE se ha utilizado la tasa de descuento del WACC el cual indica que el proyecto genera rentabilidad independiente de una fuente de financiamiento, como podemos observar nuestro proyecto el VANE es positivo por lo que se concluye que el proyecto es rentable.

Tabla 98: VANE

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020
FLUJO ECONOMICO	(384,967)	121,045	150,715	355,116
FLUJO FINANCIERO	(334,982)	97,589	125,924	328,342

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

TIR: Para Nassir S. (2011) es la tasa máxima exigible será aquella que haga el VAN igual a 0.

Desde el punto de vista financiero según Lira B. (2014) es la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas para invertir sus fondos.

Tabla 99: TIR

TIRE y TIRF - TIR Modificado		
	TIRE	23.6%
	TIRF	23.6%
TIR Modificado (TIRM) a/		
	TIRME	19.3%
	TIRMF	19.6%

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

Este no es un indicador de rentabilidad sin embargo es un elemento auxiliar en la de decisiones de un proyecto de inversión su uso es simple ya que la lógica que se utiliza es en la elección del proyecto que recupera la inversión de la manera más rápida posible.

Como se puede apreciar el periodo de recuperación del capital es de 2 años por lo que el proyecto de servicio de guardería canina.

Tabla 100: Periodo de recuperación descontado

Flujo Económico Descontado	(384,967)	101,234	105,418	207,735
Acumulado	(384,967)	(283,732)	(178,314)	29,421
Período de Recupero Económico	3.69	años		
Equivalente a:	2	años		

Fuente: Elaboración Propia

9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Como se puede apreciar el índice de B/C, usando flujos económicos da como resultado S/. 1.10, lo cual quiere decir que por cada sol invertido en el proyecto se está obteniendo una ganancia de S/. 0.10.

Como se puede observar en el análisis B/C, usando flujos financieros da como resultado S/. 1.2, lo cual quiere decir que por cada sol invertido en el proyecto se está obteniendo una ganancia de S/.0.2 soles.

Tabla 101: B/C

Relación B/C Económico:	**1.1**
Relación B/C Financiero:	**1.2**

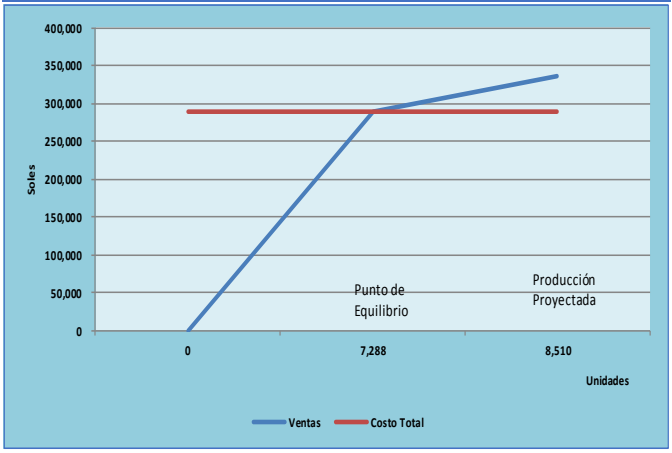
Fuente: Elaboración Propia

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.

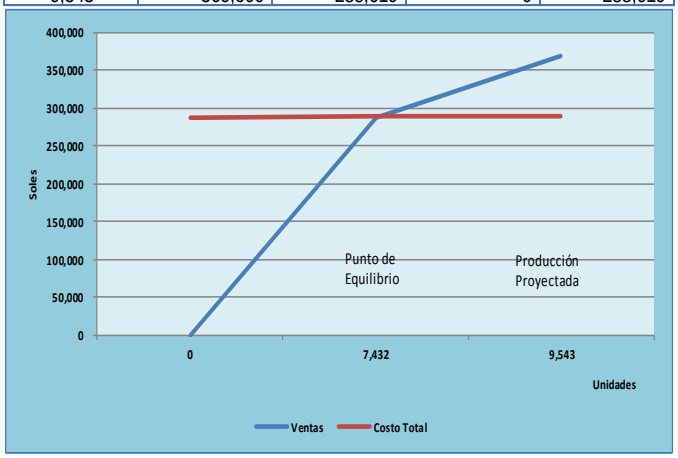
El análisis del punto de equilibrio en nuestro caso, nos permitiría determinar la estimación de la cantidad en unidades físicas y unidades monetarias en este caso soles, que se debería vender para cubrir los costos fijos del proyecto y sus propios costos variables. Y según lo corroborado por el cuadro de comprobación el proyecto cubrirá los costos fijos y costos variables.

Tabla 102: Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio del año 2018				
Unidades	**Ventas**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Costo Total**
0	0	288,619	0	288,619
7,288	288,619	288,619	0	288,619
8,510	336,990	288,619	0	288,619

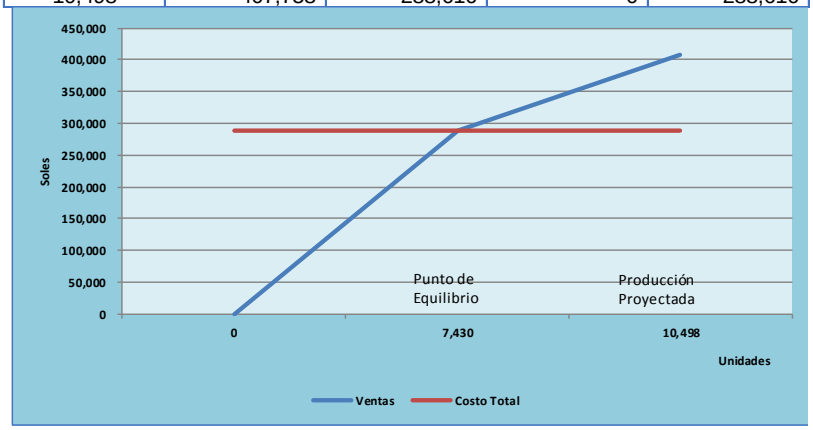


Punto de Equilibrio del año 2019				
Unidades	**Ventas**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Costo Total**
0	0	287,826	0	287,826
7,432	287,826	288,619	0	288,619
9,543	369,600	288,619	0	288,619



.

Punto de Equilibrio del año 2020				
Unidades	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	0	288,616	0	288,616
7,430	288,616	288,616	0	288,616
10,498	407,758	288,616	0	288,616



Fuente: Elaboración Propia

9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo

9.3.1. Variables de entrada.

Estas serán las que asumirán diferentes cambios para poder determinar qué tan sensible son los indicadores económicos. Las variables de entrada se muestran en la tabla 103, página 152.

9.3.2. Variables de salida.

Estas varían según función a las variaciones del precio de venta, cantidad demandada y precio de materia prima. En este caso, las variables de salida serán el VAN económico (VANE), la tasa interna de retorno económico (TIRE), el VAN financiero (VANF) y la tasa interna de retorno financiero (TIRF), que ayudarán a medir cuánto afecta las variables de entrada al proyecto.

9.3.3. Análisis unidimensional.

A continuación, se muestra los resultados obtenidos:

Tabla 103: Análisis de sensibilidad

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL			
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**
VARIABLES DE ENTRADA			
Demanda de Bienes Proyectada	**8,510**	**9,253**	**10,498**
Servicio Basico	4,266	4,772	5,249
Servicio Medium	2,538	2,863	3,149
Servicio Premium	1,706	1,618	2,100
VANE			**29,421**
TIRE			**23.56%**
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN EN LA DEMANDA			**5.60%**
VARIABLES DE SALIDA			
Nueva Demanada de Bienes	**8,034**	**8,735**	**9,910**
Servicio Basico	4,027	4,505	4,955
Servicio Medium	2,396	2,703	2,973
Servicio Premium	1,611	1,528	1,982
NUEVO VANE			**134,687**
NUEVO TIR			**37.43%**

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL			
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**
VARIABLES DE ENTRADA			
Costos Directos	**49,920**	**49,920**	**49,920**
Materia Prima	0	0	0
Mano de Obra Directa	49,920	49,920	49,920
VANE			**29,421**
TIRE			**23.56%**
PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LOS COSTOS			**9.59%**
VARIABLES DE SALIDA			
Nuevos Costos Directos	**54,708**	**54,708**	**54,708**
Materia Prima	0	0	0
Mano de Obra Directa	54,708	54,708	54,708
NUEVO VANE			**19,266**
NUEVO TIR			**22.18%**

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL			
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**
VARIABLES DE ENTRADA			
Servicio Basico	30.00	30.00	30.00
Servicio Medium	50.00	50.00	50.00
Servicio Premium	85.00	85.00	85.00
VANE			**29,421**
TIRE			**23.56%**
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DEL PRECIO			**5.60%**
VARIABLES DE SALIDA			
Servicio Basico	30.00	30.00	30.00
Servicio Medium	50.00	50.00	50.00
Servicio Premium	85.00	85.00	85.00
NUEVO VANE			**183,195**
NUEVO TIR			**46.17%**

DATOS DE LA PROYECCIÓN INICIAL				
Concepto	**2018**	**2019**	**2020**	
VARIABLES DE ENTRADA				
Demanda de Bienes Proyectada	**8,510**	**9,253**	**10,498**	
Servicio Básico	**30.00**	**30.00**	**30.00**	
Servicio Medium				
Servicio Premium	**85.00**	**85.00**	**85.00**	
Costos Directos	**49,920**	**49,920**	**49,920**	
Materia Prima	0	0	0	
Mano de Obra Directa	49,920	49,920	49,920	
VANE			**29,421**	
TIRE			**23.56%**	
% DISMINUCIÓN EN DEMANDA Y PRECIO Y SUBIDA EN COSTOS				**2.18%**
VARIABLES DE SALIDA				
Nueva Demanada de Bienes	**8,324**	**9,051**	**10,268**	
Servicio Básico	**30.00**	**30.00**	**30.00**	
Servicio Medium				
Servicio Premium	**85.00**	**85.00**	**85.00**	
Nuevos Costos Directos	**51,010**	**51,010**	**51,010**	
Materia Prima	0	0	0	
Mano de Obra Directa	51,010	51,010	51,010	
NUEVO VANE			**169,387**	
NUEVO TIR			**41.92%**	

Fuente: Elaboración Propia

9.3.4. Análisis multidimensional.

Para realizar el análisis multidimensional se usarán las mismas variables de entrada y salida que para el análisis unidimensional.

Tabla 104: Multidimensional

Variable de Entrada	Escenario Normal	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
1. Demanda de Bienes	VANE		
	29,421	0	235,773
	Variación % en Ventas (Unidades)		
	0.00%	-5.60%	5.60%
	Ventas en 3 años (Unidades)		
	28,261	26,679	29,842
2. Precios	VANE		
	29,421	0	195,402
	Variación % en Precios		
	0.00%	-5.60%	5.60%
	Ventas en 3 años (Soles)		
	1,314,931	1,476,357	1,554,241
3. Costos	VANE		
	29,421	0	39,576
	Variación % en Costos		
	0.00%	9.59%	-9.59%
	Costos en 3 años (Soles)		
	149,760	164,125	135,395

Fuente: Elaboración Propia

9.3.5. Variables criticas del proyecto.

Entonces podemos señalar que las variables críticas del proyecto se eligen cuando los indicadores financieros se vuelven negativos ante un movimiento de dichas variables, en otras palabras, cuando el VAN es menor a cero, la TIRE menos al WACC y la TIRF menor al COK.

9.3.6. Perfil de riesgo.

En caso el precio de venta disminuya se debe tomar las siguientes acciones:

- ✓ Buscar proveedores con precios más bajos
- ✓ Buscar proveedores de alimentos con precios más cómodos

.

10. Capítulo X: Conclusiones y recomendaciones

- El dinamismo del sector mascotas va en crecimiento, se proyecta un crecimiento de 39% para el 2021.
- El proyecto ofrece tres tipos de servicios: básico, médium y Premium.
- A parte de brindar precios diferenciados, el valor agregado del proyecto es generar confianza a sus clientes.
- Se plantea una estrategia promocional atractiva, a través de descuentos para el mes de apertura y para todo el primer año de operación.
- El segmento objetivo son mujeres y hombres de 22 a 60 años de los niveles socioeconómicos A, B y C+ pertenecientes a los distritos de Los Olivos, San Martin de Porres e Independencia.
- Los servicios de contabilidad, mantenimiento y movilidad serán tercerizados.
- El local tiene 3000mt2, está ubicado en el distrito de Puente Piedra.
- El Cok tiene un resultado de 12.72% dando una rentabilidad mayor a las ofrecidas por bancos y cajas.
- El VANF es de S/. 79,929, cabe señalar que este monto resulta después de cubrir el financiamiento.
- El periodo de recuperación es de 3 años, esto se debe a que los costos pre operativos son elevados.

Anexos

Lista de Hospedajes de mascotas presentes en el mercado limeño.

NOMBRE	DIRECCION	IMAGEN
"Mi Pata Pet Hotel & Resort" "Ofrece servicio de hotel exclusivo para las mascotas"	Ubicado en Los Álamos 183 – Chilca – Lima	
"Kamaq" "Brinda un servicio personalizado, ofreciendo ejercicios y mucha diversión a las mascotas"	Altura de la Zona arqueológica de Pachacamac – Lima	
"La Casa de Bellota" "Cuidado de las mascotas al cargo de supervisión profesional y un veterinario"	Jr. Los eucaliptos Mz. M Lt. 15B – Lurín – Lima	
"Valle de las Colitas" "Guardería de mascotas con control veterinario permanente"	Valle de Lurín 5116 – Lurín – Lima	

Figura: Elaboración Propia

NOMBRE	DIRECCION	IMAGEN
“Doggy Camp” “Ofrece hospedaje, cuidado y adiestramiento para las mascotas”	Huachipa (Alt. Carretera central) – Lima	
“Ladra” “Hospedaje y colegio para las mascotas, brindando un servicio divertido”	Centro Poblado Cardal – Pachacamac – Pachacamac - Lima	
“Maskoteando” “Ofrece los servicios de hospedaje, guardería, pet shop, venta de accesorios y peluquería para mascotas”	Chaclacayo –Lima	
“Mascotel” “Hotel y guardería de perros”	Calle los Jazmines – Lurín – Lurín – Lima	
“Pets camp” “Ofrece los servicios de Guardería, atención médica, colegio canino. Pet shop y otras actividades para la diversión de la mascota”	Huertos de Villena – Lurín – Lurín - Lima	

Figura: Elaboración Propia

HOTEL LA CASA DE BELLOTA (Visita)	
Dirección:	Los eucaliptos, Mz M Lt 15B – Huertos de Villena – Lurín
Servicio general:	Recojo y entrega de la mascota cuando el dueño se ausenta por viaje, trabajo o algún evento a realizar.
Servicios específicos:	Cuidado, baño, atención de veterinario y entrega - recojo de la mascota
Área:	2000 m2 aproximadamente
Personal a cargo:	Veterinarios
Precio:	S/ 25.00 por día y S/ 750.00 mensual (No incluye comida)
Condiciones:	El cliente tiene que inscribirse por la página web llenando un formulario y reservando la habitación de la mascota, indicando las vacunas de la macota, si tiene alguna enfermedad, etc. Y en un plazo de 24 horas le responden confirmando la reserva el pago es por adelantado o en efectivo.

Figura: Elaboración Propia

Datos proveedor de plataforma virtual

Proveedor de desarrollo web y creación de aplicativo	
Proveedor:	Ronald Lazo
Dirección:	Avenida Garcilaso de la Vega (Ex avenida Wilson)
Servicios generales:	Presta servicios de publicidad en redes sociales y provee de material publicitario
Precios	Diseño de Pagina Web: 4800 soles
	Precio mensual del dominio: 35 soles (anual 185 soles)
	Creación de aplicativo: 3500 soles

Fuente: Elaboración propia

Entrevista a Profundidad "GUARDERÍA 4 PATITAS"

Introducción
Buenas tardes Sr./ Sra./Srta./ Joven, le agradezco por brindarnos parte de su tiempo para ejecutar esta entrevista.

Área 1: Calentamiento

- ¿Cuál es su nombre?
- Del 1 al 10 ¿qué tan importante es para Ud. su perrito? ¿por qué?
- ¿Qué es lo que más les gusta de tener un perrito?
- ¿Qué edad tiene su mascota?

Profundizar

Área 2: Preocupación por su mascota

- ¿Qué tipos de cuidados les dan a sus perritos?
- ¿Es consciente de la inversión que requiere una mascota? Explique
- ¿De qué forma les gusta engreír a sus perritos?
- ¿Qué servicios les gustaría encontrar que contribuyan al cuidado de su mascota?
- ¿Qué ha hecho cuando ha tenido que ausentarse de su casa varios días por algún viaje o compromiso? ¿Dónde y con quién dejó a su mascota?
- ¿Sintió que su mascota fue cuidada adecuadamente, mientras Ud. se encontró ausente?

Área 3: Guarderías caninas

- ¿Ha escuchado hablar de este servicio?
- ¿Qué comentarios ha escuchado sobre estas guarderías?
- ¿Qué recomendaciones les daría para que mejoren su servicio?
- ¿Me podría indicar nombres de guarderías caninas que conozca?
- ¿Qué opina de sus precios?
- ¿Qué teme de estas guarderías?
- ¿Qué aspectos le daría confianza para dejar a su engreído en una guardería canina?
- ¿Qué le parece el servicio de paseos donde un paseador tiene más de 5 perros a su cuidado?

Área 4: Indagaciones para el servicio de "Guardería 4 Patitas"

Guardería 4 Patitas" es un proyecto que desea brindarle ayuda en el cuidado de su mascota, cuando Ud. no se encuentre en casa por algún motivo y se dé la situación de que no tenga con quién dejar a su engreído o no pueda llevárselo, garantizando un cuidado tal como Ud. lo haría con su mascota, con cariño y dedicación. ¿Qué le parece la idea?

- ¿Dónde considera debería abrirse la guardería?
- ¿Cómo tendría que ser el servicio para que Ud. lo utilice?
- Que el establecimiento tenga cámaras de seguridad y que puedan ser vistas por Ud. desde una app ¿le daría confianza?, Explique.
- ¿Qué opinión tiene Ud. con respecto a tener opciones en precios?
- ¿Qué actividades le gustaría que realice su mascota durante su estadía?
- ¿Quién pasea a su mascota?
- Cuando no tiene tiempo ¿Le gustaría que alguien lo pasee por Ud.?
- ¿Cómo y por cuánto tiempo considera deberían ser los paseos para que Ud. lo solicite?

Área 5: Precios

Supongamos que la guardería ofrezca estos 3 paquetes:

Paquete Básico: Estadía y cuidado de la mascota (Cliente debe dejar alimento por las horas o días que encargue a su mascota).
Paquete Medio: Estadía, cuidado, alimentación y adiestramiento.
Paquete Premium: Estadía, cuidado, alimentación, paseo, recojo y entrega + adiestramiento.

Teniendo en cuenta lo mencionado en líneas anteriores ¿Cuánto pagaría por cada uno de ellos?

Supongamos que los servicios de paseos son personalizados, es decir con máximo 2 mascotas por paseador, el cual será una persona certificada para el cuidado de canes y que además podrá ubicarlos y calificarlos desde una app:

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

- **Área 6: Despedida**

- Para culminar ¿desearía agregar algo más?

La información brindada en esta entrevista ha sido muy valiosa para nuestra investigación de mercado, concluyo agradeciéndole nuevamente por su participación.

Guía de pauta Focus Group "Guardería 4 Patitas"

Se realizará 1 focus Group, con hombre y mujeres de 22 a 60 años de los niveles socio económico A, B y C+ que tengan perritos en casa y que suelen viajar cada cierto tiempo.

Introducción

Buenas tardes, mi nombre es Gabriela Castro soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad San Ignacio de Loyola, quiero empezar agradeciéndoles por asistir a este focus Group, les pido que sean lo más sinceros posibles al responder, no hay respuestas buenas ni malas, agradeceré que apaguen sus celulares para poder empezar.

Área 1: Calentamiento

- ¿Cómo se llama su mascota?
- ¿Qué es lo que más les gusta de tener un perrito?
- ¿Qué edad tienen sus perritos?

Profundizar

Área 2: Preocupación por su mascota

- Del 1 al 10 ¿qué tan importante es para Ud. su perrito?
- ¿Qué tipos de cuidados les dan a sus perritos?
- ¿Son conscientes de la inversión que requiere una mascota?
- ¿De qué forma les gusta engreír a sus perritos?
- ¿Qué servicios les gustaría encontrar que contribuyan al cuidado de su mascota?
- ¿Qué han hecho cuando han tenido que ausentarse de sus casas varios días por algún viaje o compromiso? ¿Dónde y con quién dejaron a sus mascotas?
- ¿Sintieron que sus mascotas fueron cuidadas adecuadamente, mientras Ud. se encontró ausente?

Área 3: Guarderías caninas

- ¿Han escuchado hablar de este servicio?
- ¿Qué comentarios han escuchado sobre estas guarderías?

- ¿Qué recomendaciones les darían para que mejoren su servicio?
- ¿Me podrían indicar nombres de guarderías caninas que conozcan?
- ¿Qué opinan de sus precios?
- ¿Qué temen de estas guarderías?
- ¿Qué aspectos les daría confianza para dejar a su engreído en una guardería canina?
- ¿Qué les parece el servicio de paseos donde un paseador tiene más de 5 perros a su cuidado?

Aquí, el moderador debe explicar el servicio propuesto de Guardería 4 patitas

Permítame informarles que la idea de "Guardería 4 Patitas" es ayudar en el cuidado de su mascota, cuando Ud. no se encuentre en casa por algún motivo y se dé la situación de que no tenga con quién dejar a su engreído o no pueda llevárselo.
Guardería 4 Patitas cuidará a su perrito tal como Ud. lo hace, con cariño y dedicación.

Área 4: Indagaciones para el servicio de "Guardería 4 Patitas"

- ¿Dónde consideran debería abrirse la guardería?
- ¿Cómo tendría que ser el servicio para que Ud. lo utilice
- Que el establecimiento tenga cámaras de seguridad y que puedan ser vistas por Ud. desde una app ¿les daría confianza?
- ¿Qué opinión tiene Ud. con respecto a tener opciones en precios?
- ¿Qué actividades les gustaría que realicen sus mascotas durante su estadía?
- ¿Quién pasea a su mascota?
- Cuando no tiene tiempo ¿Les gustaría que alguien los pasee por Ud.?
- ¿Cómo y por cuánto tiempo considera deberían ser los paseos para que Ud. lo solicite?

Área 5: Precios

Supongamos que la guardería ofrezca estos 3 paquetes:

- **Paquete Básico:** Estadía y cuidado de la mascota (Cliente debe dejar alimento por las horas o días que encargue a su mascota).
- **Paquete Medio:** Estadía, cuidado, alimentación y adiestramiento.

- **Paquete Premium:** Estadía, cuidado, alimentación, paseo, recojo y entrega + adiestramiento.

Teniendo en cuenta lo mencionado en líneas anteriores ¿Cuánto pagaría por cada uno de ellos?

Supongamos que los servicios de paseos son personalizados, es decir con máximo 2 mascotas por paseador, el cual será una persona certificada para el cuidado de canes y que además podrá ubicarlos y calificarlos desde una app:

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

La información brindada en este focus group ha sido muy valiosa para nuestra investigación de mercado, concluyo agradeciéndoles nuevamente por su participación.

Encuesta

Buenos días/Buenas tardes/Buenas noches, como parte de nuestra investigación de mercado, lo invitamos a responder las siguientes preguntas:

Género:

F M

Edad:

a) Entre 20 y 30 años
b) Entre 31 y 40 años
c) Entre 41 y 50 años
d) Más de 51 años

1. ¿Tienes perrito(s) en casa?

a) Sí
b) No

2. ¿Qué es lo que más te gusta de tener un perrito en casa?

---

3. Del 1 al 10 ¿Qué tan importante es tu mascota para ti?

---

4. ¿Haces controles médicos a tu mascota?

a) Sí
b) No

5. ¿Con qué frecuencia?

a) Semanal
b) Quincenal
c) Mensual
d) Anual
e) En ocasiones especiales

6. ¿Qué servicios le brinda a su mascota?

---

7. Sin considerar alimentos ¿Cuánto gastas en tu mascota al mes?

---

8. ¿Te ha ocurrido que has tenido que viajar y no supiste dónde dejar a tu mascota?

a) Sí
b) No

9. Si marcó Sí ¿Cómo fue que lo solucionaste?

---

10. ¿Por qué motivos te ausentas de casa?

a) Viaje por trabajo
b) Viaje por vacaciones
c) Viaje por compromisos familiares
d) Otro _____

11. ¿En qué fechas del año sueles viajar?

a) Feriados
b) Fiestas patrias y fiestas Navideñas
c) En cualquier fecha del año

12. ¿Has buscado alguna guardería canina para dejar a tu can?

a) Sí
b) No

Si marcó Si ¿Cómo la buscaste?

_____

Si marcó No ¿Por qué no la buscaste?

_____

13. Si tuviera que usar el servicio de guardería canina ¿Cada cuánto tiempo lo usaría?

a) Cada fin de semana
b) Cada mes
c) Cada dos meses
d) Cada tres meses
e) Cada seis meses
f) Cada año

14. Imagine que existe una guardería canina en Puente Piedra Del 1 al 5 ¿Qué te parece la idea? *(1 es malo y 5 Excelente)*

15. ¿Cuánto crees que cuesta?

_____

16. ¿Qué servicios crees tú que brinda esta guardería?

17. ¿Consideras que tu mascota necesita mejorar su comportamiento?

a) Sí
b) No

18. Si respondió sí en la pregunta anterior, especifique ¿De qué forma su mascota tiene que cambiar su comportamiento?

19. Si tuvieras que dejar a tu mascota en esta guardería ¿Qué actividades te gustaría que realice?

_____

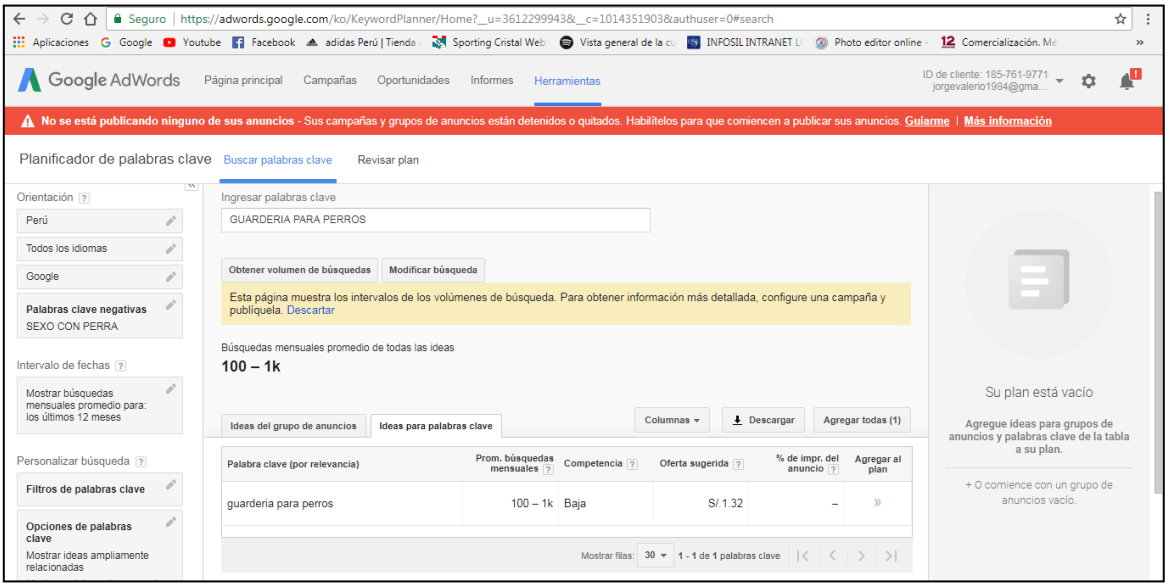
Para garantizar la veracidad de esta encuesta, agradecemos llene los siguientes datos:

Nombre completo: _____

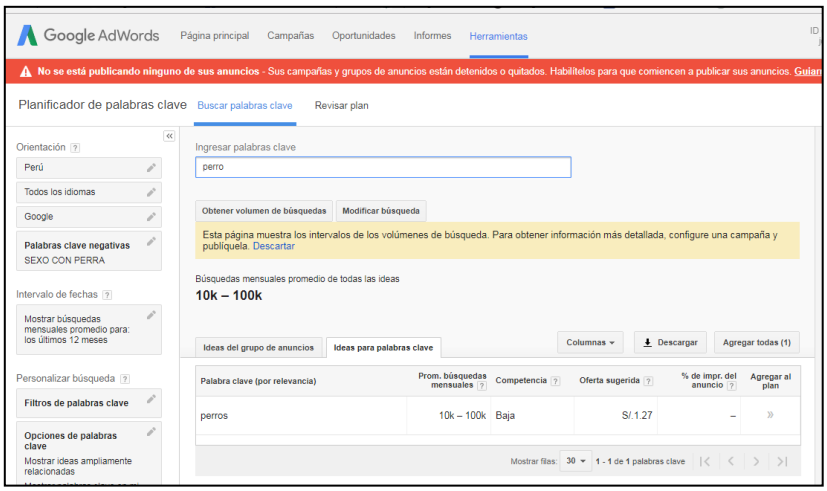
DNI: _____

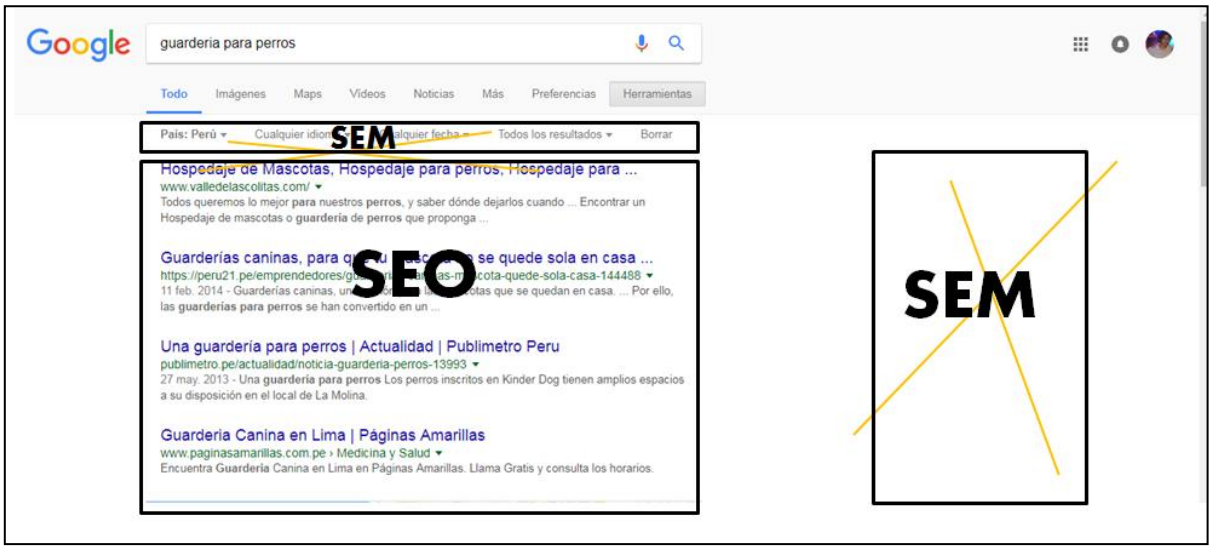
Simulando SEM y SEO

Al consultar en Google Adwords sobre una Key Word podemos ver que al buscar la palabra clave “guardería para perros”, la búsqueda mensual promedio es de 100 de 1000 entonces podemos pensar que hay palabras claves más fuertes que esta.



Ahora al poner la palabra clave “perro” podemos tener más peso en el motor de búsqueda en Google Adwords. Aquí obtuvimos 10 mil de 100 mil mensual.





SEO y SEM DE CUATRO PATITAS

Ficha de evaluación de proveedores

Guardería Cuatro patitas

CUATRO PATITAS
GESTION DE CALIDAD

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Proveedor:	Proveedor de alimentos SAC	RUC	2011458745		
Correo electrónico:	proveedorsac@gmail.com		Día	Mes	Año
Contrato/Orden No:	12345	Fecha de la evaluación:	5	NOV	2017

Una vez terminada la prestaciones de servicios, estos seran los criterios de evaluacion

INSETAR DATOS

SERVICIOS		Cumple	Puntaje Máximo	Puntaje Asig.
Calidad de producto	• Entrego un producto en buen estado.	☑	50	50
	• El producto cuenta con certificacion.	☑		
	• El producto es el que se solicita.	☑		
	• Entrego la cantidad solicitada	☑		
	• El producto cuenta con adicionales (% + del contenido).	☑		
Cumplimiento en tiempo	• Lo entrego en el tiempo solicitado	☑	10	10
Calidad de servicio	• La atencion fue la esperada.	☑	20	20
	• La entrega tuvo inconvenientes.	☑		
Servicio post venta	• Dio respuesta a los requerimientos o reclamos realizados	☑	20	20
	• La respuesta dada a los requerimiento realizados fue oportuna	☑		
			100	100

Observaciones:

Oficina que realiza la evaluación: _____

INTERPRETACIÓN		
CALIFICACIÓN:	Mayor a 80 puntos	• El contratista permanece por un periodo más
	Entre 60 y 79 puntos	• El contratista queda en periodo de prueba
	Menor a 60 puntos	• El contratista es retirado del listado de proveedores

Nota: Los datos ingreados y evaluados seran unicamente reservados por el area de Operaciones de Cuatro Patitas.

MAPA DE PLAN DE CONTINGENCA

Bibliografía

Sánchez, A (Enero 2016). “Cerca de 10 millones de personas viven en Lima Metropolitana”. Recuperado el 18 de septiembre. https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/cerca-de-10-millones-de-personas-viven-en-lima-metropolitana-8818/

Rap Travel Perú. (2016). Guía de viajes y población de Perú. http://www.enperu.org/informacion-util-lima-peru-ubicacion-geografica-clima-en-lima-sitios-atractivos.html

Martínez, I. (2016). Informe económico y social región Arequipa. (Versión electrónico).Revista de investigación económica. 1, 28-100

M. Vargas (2008). Informe económico y social región Lambayeque. (Versión electrónico). Revista de investigación económica. 1, 25-50

Banco Central de Reserva del Perú sucursal Cusco (2014). Manual de características socioeconómicas. Perú

Murgia, J (2013). Informe económico y social región La Libertad. (Versión electrónico). Revista de investigación económica. 1, 12-20

Velásquez, J (2012). Informe económico y social región Ucayali. (Versión electrónico). Revista de investigación económica. 1, 13-50

Extensión superficial del Perú. (2014). Manual de publicación de zonas geográficas. http://cienciageografica.carpetapedagogica.com/2012/09/extension-superficial-del-peru.html

Lopas, T. (2016). El mar peruano. (Versión electrónica). Revista de investigación de historia y geografía. 2

Sánchez, A. (22 de enero del 2017). Mujeres peruanas tienen cada vez menos hijos: ¿Llegaremos a los 32 millones de habitantes? Diario Gestión

Lira, J. (2 de diciembre del 2016). PBI ¿Cómo esta nuestro ingreso por habitante frente a los países de la región? Diario Gestión

Manrique, Y (16 de junio del 2016). INEI: Población Económicamente Activa Ocupada ascendió 15.9 millones. Diario Onda Azul

Cáceres, B. (2012).Perú: Estimaciones y proyecciones de Población Económicamente Activa 2000-2015. Revista de investigación económica.

Sánchez, A. (1 de abril del 2017). INEI: Inflación en Lima Metropolitana se elevó 1.30% en marzo, su máximo en 19 años. Diario Gestión

Vargas, E. (10 de enero del 2017). Banco Mundial: Perú se desacelerará desde el 2018. Diario Perú 21

Miro Quesada, F. (24 de febrero del 2016). Riesgo País del Perú es el segundo más bajo en América Latina. Diario La República.

De La Vega Miguel, F. (24 de marzo del 2017). CAF: Percepción del Perú mejora en mercados internacionales por impulso de PBI. Diario Andina del Perú para el Mundo.

Chavarría, F. (23 de abril del 2016). BCR: Riesgo País del Perú se reduce y mantiene por debajo del promedio Regional. Diario América Economía

Pride, W. (2016). Marketing. (687 pg.). Boston – USA: Editorial Cengage Lerning

Bravo, J (1991). Gestión de la Distribución Comercial concepto de distribución total. (332 pg.). Madrid – España: Editorial Díaz de Santos SA

Ilustraciones

1) Ilustración 2: Ubicación del negocio ----------7
2) Ilustración 2: Instalaciones de la Guardería 4 Patitas ----------7
3) Ilustración 3: Carácter de la mascota ----------8
4) Ilustración 4: Entrevista con el dueño ----------8
5) Ilustración 5: Mapa número de habitantes ----------11
6) Ilustración 6: Mapa de la zona norte ----------12
7) Ilustración 7: Mapa del territorio peruano ----------12
8) Ilustración 8: PBI ----------13
9) Ilustración 9: Crecimiento Per cápita ----------14
10) Ilustración 10: Crecimiento PBI ----------14
11) Ilustración 11: Crecimiento de la población ----------15
12) Ilustración 12: Tasa de inflación ----------16
13) Ilustración 13: Factor Tecnológico ----------20
14) Ilustración 14: Collar tecnológico ----------21
15) Ilustración 15: Tecnología en alimentación de mascotas ----------22
16) Ilustración 16: Otros productos tecnológicos ----------22
17) Ilustración 17: Distribución de nivel socioeconómico ----------25
18) Ilustración 18: Mercado sustituto ----------29
19) Ilustración 19: Ubicación de Segmento primario y Secundario ----------32
20) Ilustración 20: Nivel Psicográfica ----------33
21) Ilustración 21: Focus group ----------36
22) Ilustración 22: Descripción de habitaciones ----------50
23) Ilustración 23: Descripción de área comunes ----------50
24) Ilustración 24: Plano de distribución ----------51
25) Ilustración 25: Precios, formas de pago y descuento 4 Patitas ----------52

26) Ilustración 26: Nombre de la empresa ----------61
27) Ilustración 27: Logotipo ----------61
28) Ilustración 28: Isotipo ----------62
29) Ilustración 29: Slogan ----------62
30) Ilustración 30: Organigrama ----------67
31) Ilustración 31: Servicio terciarizado ----------68
32) Ilustración 32: Flujo de ventas ----------99
33) Ilustración 33: Flujo de alimentación ----------100
34) Ilustración 34: Flujo de mascota enferma ----------101
35) Ilustración 35: Gastos de servicios ----------110
36) Ilustración 36: Mapa de atenciones ----------111
37) Ilustración 37: Parque de juegos ----------112
38) Ilustración 38: Habitación del can----------112
39) Ilustración 39: Patio común----------113
40) Ilustración 40: Recepción----------113
41) Ilustración 41: Sala de espera ----------114
42) Ilustración 41: Oficina del administrador ----------114
43) Ilustración 42: Sala de evaluación ----------115
44) Ilustración 43: Cuarto del cuidador ----------115
45) Ilustración 44: Comedor ----------115

Tablas

1) Tabla 1: CANVAS ----------9
2) Tabla 2:: Nivel de competividad ----------24
3) Tabla 3: Proveedores de guardería ----------26
4) Tabla 4: Proveedores Tabla----------29
5) Tabla5: Diagrama de Pareto ----------29
6) Tabla 6: FODA ----------30
7) Tabla 7: Objetivos ----------31
8) Tabla 8: Segmentación ----------32
9) Tabla 9: Marco Muestral----------33
10) Tabla 10: Entrevista de profundidad ----------34
11) Tabla 11: Focus group ----------35
12) Tabla 12: Pregunta 1 del cuestionario ----------37
13) Tabla 13: Pregunta 2del cuestionario ----------37
14) Tabla 14: Pregunta 3 del cuestionario ----------38
15) Tabla 15: Pregunta 4 del cuestionario----------38
16) Tabla 16: Pregunta 5 del cuestionario ----------39
17) Tabla 17: Pregunta 6 del cuestionario ----------39
18) Tabla 18: Pregunta 7 del cuestionario ----------40
19) Tabla 19: Pregunta 8 del cuestionario ----------40
20) Tabla 20: Pregunta 9 del cuestionario ----------41
21) Tabla 21: Primer proyectado ----------41
22) Tabla 22: Segundo proyectado ----------42
23) Tabla 23: Mercado Disponible ----------42
24) Tabla 24: Mercado Efectivo ----------43
25) Tabla 25: Mercado objetivo ----------43
26) Tabla 26: Frecuencia de compra ----------44
27) Tabla 27: Frecuencia de compra ----------44
28) Tabla 28: Cuantificación de la demanda ----------45
29) Tabla 29: Programa de ventas ----------45
30) Tabla 30: Tipos de canal ----------53
31) Tabla 31: B 2 C ----------54

32) Tabla 32: Campaña de lanzamiento ----------55
33) Tabla 33: Campaña de promociones ----------56
34) Tabla 34: plan de marketing ----------57
35) Tabla 35: Capital social ----------58
36) Tabla 36: Tramites ----------59
37) Tabla 37: Tramites para inicio de operaciones ----------63
38) Tabla 38: Constitución de empresa ----------64
39) Tabla 39: Resumen del capítulo ----------65
40) Tabla 40: Aspectos laborales ----------92
41) Tabla 41: Régimen MYPE ----------93
42) Tabla 42: Planilla ----------94
43) Tabla 43: Servicio terciarizado ----------95
44) Tabla 44: Horario de trabajo ----------95
45) Tabla 45: Capacidad instalada ----------96
46) Tabla 46: programa de ventas ----------97
47) Tabla 48: Capacidad instalada ----------97
48) Tabla 49: Requerimiento de MOD----------102
49) Tabla 50: Maquinarias ----------102
50) Tabla 51: Equipos ----------103
51) Tabla 52: Herramientas ----------103
52) Tabla 53: Utensilios ----------104
53) Tabla 54: Mobiliarios ----------105
54) Tabla 55: Útiles de oficina ----------106
55) Tabla 56: Macro localización ----------107
56) Tabla 57: Micro localización ----------108
57) Tabla 58: Gasto de adecuación ----------109
58) Tabla 59: Activo tangible ----------118
59) Tabla 60: Activo intangible ----------119
60) Tabla 61: Gastos pre-operativos----------120
61) Tabla 62: Inventario inicial ----------125
62) Tabla 63: Inversión capital de trabajo ----------126
63) Tabla 64: Liquidación IGV ----------127
64) Tabla 65: Resumen de inversión ----------128

65) Tabla 66: Financiamiento ----------129
66) Tabla 67: Financiamiento activo fijo ----------130
67) Tabla 68: Ingresos anuales ----------131
68) Tabla 69: Recuperación capital de trabajo ----------132
69) Tabla 70: Valor desecho ----------132
70) Tabla 71: Costo y gastos anuales ----------133
71) Tabla 72: Cotos indirectos ----------134
72) Tabla 73: Gastos administrativos ----------135
73) Tabla 74: Depreciación ----------137
74) Tabla 75: Amortización de intangible ----------138
75) Tabla 76: Gastos por activos fijos ----------138
76) Tabla 77: Costos de producción unitario ----------139
77) Tabla 78: Costo fijo y variable unitario ----------140
78) Tabla 79: Estado de ganancias y pérdidas
sin gastos financieros ----------141
79) Tabla 80: Estado de ganancias y pérdidas con gastos
financieros y escudo fiscal ----------142
80) Tabla 81: Flujo de caja operativo ----------143
81) Tabla 82: Flujo de capital ----------144
82) Tabla 83: Flujo de caja económico ----------145
83) Tabla 84: Flujo de servicio de deuda ----------146
84) Tabla 84: Flujo de servicio de deuda ----------147
85) Tabla 85: Flujo de caja financiero ----------148
86) Tabla 85: Cok ----------148
87) Tabla 86: COK Propio ----------149
88) Tabla 87: WACC ----------150
89) Tabla 88: VANE ----------151
90) Tabla 89: TIR ----------151
91) Tabla 90: Periodo de recuperación descontado ----------152
92) Tabla 91: B/C ----------152

93) Tabla 92: Punto de equilibrio ----------153

94) Tabla 93: Análisis de sensibilidad ----------155

95) Tabla 94: Multidimensional ----------157