

DOG SHOWER

14%
Textos sospechosos



14% Similitudes
2% similitudes entre comillas
3% entre las fuentes mencionadas
0% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: DOG SHOWER.docx
ID del documento: 0253564141764dfda6a3b287511e0c8cfe8ad7ef
Tamaño del documento original: 1,87 MB
Autores: []

Depositante: IRELA JEANETTE PRETEL NAZARIO
Fecha de depósito: 4/9/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 5/9/2024

Número de palabras: 11.803
Número de caracteres: 77.601

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	diariocorreo.pe ¿Cómo constituir una empresa? Seis pasos para lograrlo empre... https://diariocorreo.pe/economia/como-constituir-una-empresa-seis-pasos-para-lograrlo-empresa-... 1 fuente similar	3%		Palabras idénticas: 3% (361 palabras)
2	www.abc.es Mascotas, una parte fundamental de la sociedad https://www.abc.es/sociedad/abci-mascotas-parte-fundamental-sociedad-201603022058_noticia.html 2 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (214 palabras)
3	repositorioacademico.upc.edu.pe https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/624709/1/MIZCARRA_VG.pdf 4 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (205 palabras)
4	www.wearemarketing.com La aplicación de la tecnología en las empresas espa... https://www.wearemarketing.com/es/blog/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-la-era-... 2 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (173 palabras)
5	aploading.com APPs medio ambiente: la tecnología móvil a disposición de la na... https://aploading.com/apps-medio-ambiente-la-tecnologia-movil-a-disposicion-de-la-naturaleza/#:... 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas: 1% (158 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #03894c El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	repositorio.zegel.edu.pe https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/512/PROYECTO SINCHI KAY (1).pdf?... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
3	Documento de otro usuario #63c9b4 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
4	tesis.usat.edu.pe http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2066/1/TL_FiestasSampenMerylin.pdf 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
5	Documento de otro usuario #c1f079 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

Fuente ignorada Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.zegel.edu.pe https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/207/374_APLICATIVO DOG SHOWE... 1 fuente similar	59%		Palabras idénticas: 59% (7214 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://gestion.pe/resizer/x5AFZgBvp2zyCn8nn8NkBDBVwA8=/640x0/smart/filters:format(jpeg)
2	https://aploading.com/apps-medio-ambiente-la-tecnologia-movil-a-disposicion-de-la-naturaleza/
3	https://www.anotherwayff.com/covid-19-un-respiro-al-planeta-tierra/
4	https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview
5	https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/

Puntos de interés

□

□



RENACER S.R.L..docx | RENACER S.R.L.
El documento proviene de mi biblioteca de referencias

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "ZEGEL IPAE"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

DOG SHOWER

Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de Negocios

ESCOBAR LUJAN, ALEXANDRA ELIZABETHIC71810616

MARCA QUISPE, LUIS GERMAN IC73772636

QUEVEDO PERALTA, CLAUDIA LISSETHIC73006284

Ica, 2020

□

Dedicatoria

A mis padres

□
RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad muchas familias le dan gran acogida al cuidado de sus mascotas, eso conlleva a un gran consumo de productos y servicios de aseo para ellos. Ante ello nace "Dog Shower" un negocio basado en una aplicación móvil de descarga, en el cual las personas podrán localizar en tiempo real las diferentes veterinarias del Distrito Iqueño, saber costos del servicio y más, aparte de ello al contactar los hogares con la veterinaria de su agrado, "Dog Shower" ofrece el servicio de traslado ida y vuelta de la mascota con el objetivo de que las personas ahorren tiempos de espera y puedan aprovechar mejor ese tiempo. La App Móvil es una plataforma con una diferenciación única, ya que brinda un servicio integrado, una experiencia agradable, segura y de calidad, con la finalidad de satisfacer a los dueños de las mascotas y los centros especializados (Veterinarias).


El cuidado e interés por las mascotas cada vez más ha ido creciendo con el tiempo. En el Perú existe alrededor de un millón y medio de mascotas, entre gatos y perros, otros estudios afirman que los familiares destinan un gasto de S/ 200.00 soles mensuales para su cuidado, aparte de ello pueden haber emergencias como accidentes o enfermedades lo cual genera un incremento en la inversión destinada a las mascotas.

Se quiere que esta oportunidad de negocio se dé a conocer mediante las redes sociales y vía online, analizando la situación actual de las personas, cada día más Pets friendly. Tras haber realizado una investigación puesta a facilitar a los clientes la ubicación más cercanas de veterinarias, para "Dog Shower" lo primordial es el servicio de calidad y la consideración para que sea una de las mejores aplicación móvil, por ello se implementaron diferentes estrategias de marketing, muy aparte de las redes sociales que es fundamental para estar en contacto continuo con los clientes.


Concluyendo con los estudios de mercado de manera óptima, se inició con los siguientes fases del Proyecto (Diagnostico del Plan, Planeamiento Estratégico, Estudio de mercado, Plan de comercialización, Plan Técnico, Plan Organizacional y el Plan Financiero), para el presente proyecto se hizo una Inversión de S/30,188.36 soles, la misma que tiene un periodo de recuperación de cinco años, el proyecto arrojó resultados positivos, un VANF de S/ 26108.79 soles, una TIRF de 60%. Para éste cálculo, se utilizó una tasa de oportunidad del 20.82%. Por último se obtuvo el Coeficiente Beneficio/Costo S/ 1.83, dichos montos afirman la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

□
ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO
INTRODUCCIÓN
CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO
1.1.Idea de negocio11
1.2.Diagnóstico de la idea de negocio11
1.3.

 **2 Documento de otro usuario**
El documento proviene de otro grupo


Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad)11
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO
2.1.Análisis del Micro-entorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos).13
2.2.Análisis del Macro entorno15
2.2.1Factor económico15
2.2.2Factor Cultural y Social15
2.2.3Factor Político16
2.2.4Factor Geográfico16
2.2.5Factor Demográfico16
2.2.6Factor Tecnológico17
CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO
3.1.Misión19
3.2.Visión19
3.3.Valores19
3.4.Objetivos Estratégicos Generales20
3.5.Matriz FODA20
3.6.Estrategia genérica de Porter23
3.7.

 **00.03.2024-II-PLAN DE NEGOCIOS AGENCIA TURISTICA.docx** | 00.03.2024-II-PLAN DE NEGOCIOS AGENCIA TURISTICA
El documento proviene de mi grupo

Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)24
CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO
4.1.

 **4 Documento de otro usuario**
El documento proviene de otro grupo

Oferta

 **5 Plan de negocio para la fabricación y comercialización de packs de muebles modulares usando tecnología de impresión 3d y madera (Borrador).docx** | Plan de ne...
El documento proviene de mi grupo

(qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)26

4.2.Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)26

□

CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1.Mercado (características y segmentación)39

5.2.Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)40

5.3.Formulación estratégica ANSOFF43

5.4.Proyección de ventas44

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

6.1.Localización de la empresa (matriz de localización)46

6.2.Tamaño del negocio (capacidad instalada) (Layout)46

6.3.Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra)47

6.4.Costos (directos e indirectos)50

6.5.Proceso de producción u operación (diagrama de flujo)

50

6.6.Certificaciones necesarias52

6.7.Impacto en el medio ambiente52



repositorio.zegel.edu.pe

https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=2

CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1.Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos)

54

7.2.Obligaciones (tributarias y laborales)55

7.3.Estructura organizacional57

7.4.Descripción de funciones57

CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1.Inversiones (estructura)59

8.2.Ingresos y egresos61

8.3.Deuda (cuadro de amortización)63

8.4.Flujo de caja (económico y financiero)65

8.5.Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)66

CONCLUSIONES68

RECOMENDACIONES69

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS70

ANEXOS71

□

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Competidores14

Tabla N° 2 Matriz Foda21

Tabla N° 3 Foda Cruzado22

Tabla N° 4 Diagrama de Gantt24

Tabla N° 5 Hogares del Distrito Iqueño26

Tabla N° 6 Hogares del NSE A-B-C27

Tabla N° 7 Hogares con mascota27

Tabla N° 8 Hogares con perro en casa27

Tabla N° 9 Participación estimada28

Tabla N° 10 Frecuencia de aseo de perros28

Tabla N° 11 Demanda Proyectada28

Tabla N° 12 Determinación del tamaño de muestra29

Tabla N° 13 Pregunta 1 - Encuesta31

Tabla N° 14 Pregunta 2 - Encuesta32

Tabla N° 15 Pregunta 3 - Encuesta33

Tabla N° 16 Pregunta 4 - Encuesta34

Tabla N° 17 Pregunta 5 - Encuesta35

Tabla N° 18 Pregunta 6 - Encuesta36

Tabla N° 19 Pregunta 7 - Encuesta37

Tabla N° 20 Precio del Servicio42

Tabla N° 21 Ansoff43

Tabla N° 22 Proyección de Ventas44

Tabla N° 23 Localización de la Empresa46

Tabla N° 24 Implementos47

Tabla N° 25 Planilla del Administrador48

□

Tabla N° 26 Planilla de Marketing48

Tabla N° 27 Planilla del Asistente49

Tabla N° 28 Costos Directos50

Tabla N° 29 Perfil de los colaboradores57

Tabla N° 30 Estructura de Inversión59

Tabla N° 31 Inversión Fija Tangible59

Tabla N° 32 Inversión Fija Intangible60

Tabla N° 33 Capital de Trabajo60

Tabla N° 34 Proyección de Ventas61

Tabla N° 35 Proyección de Ventas anual61

Tabla N° 36 Proyección de Costos62

Tabla N° 37 Costos Fijos63

Tabla N° 38 Cuadro de deuda63

Tabla N° 39 Cuadro de Amortización64

Tabla N° 40 Flujo de Caja Proyectado65

Tabla N° 41 Tasa de Descuento65

Tabla N° 42 Valor actual neto económico66

Tabla N° 43 Valor actual neto financiero66

Tabla N° 44 Tasa Interna de Retorno Económica67
Tabla N° 45 Tasa Interna de Retorno Financiera67
Tabla N° 46 Relación Beneficio / Costo67

□

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Pregunta 1 - encuesta31
Gráfico N° 2 Pregunta 2 - encuesta32
Gráfico N° 3 Pregunta 3 - encuesta33
Gráfico N° 4 Pregunta 4 - encuesta34
Gráfico N° 5 Pregunta 5 - encuesta35
Gráfico N° 6 Pregunta 6 - encuesta36
Gráfico N° 7 Pregunta 7 - encuesta37
Gráfico N° 8 Plaza42
Gráfico N° 9 Tamaño del Negocio46
Gráfico N° 10 Diagrama de Flujo51
Gráfico N° 11 Organigrama Empresarial57

□

INTRODUCCIÓN

En semejanza con lo expuesto en el Resumen Ejecutivo, se considera de mucha jerarquía la labor que rescatan las Escuelas de Negocios como Zegel Ipae, que estimulan la creatividad de su alumnado por la investigación de nuevas ideas de negocio, desplegando el espíritu descubridor y empresarial, es decir, el agrado por crear fuentes laborales en base a ideas innovadoras.

A continuación se brinda información detallada del Plan de Negocio:

El capítulo I, denominado Definición del Negocio, narra el origen de la idea de negocio y el diagnóstico correspondiente en conjunto con la justificación del plan de negocio.

El capítulo II, denominado Diagnóstico del Plan de Negocio, analiza a detalle las variables internas (Microentorno) competidores, proveedores y clientes, y las variables externas (Macroentorno) factores políticos, demográficos y otros.

El capítulo III, denominado Planeamiento Estratégico, detalla la visión futura de la empresa, como es la empresa y los valores organizacionales

El capítulo IV, Estudio de Mercado, se precisó en la oferta (que ofrece la competencia) y la demanda (participación en el mercado) en base a ello se obtuvo la capacidad de servicios de la empresa.

El capítulo V, Plan de Comercialización, se tuvo que analizar las 4p del Marketing, características, diferenciación y proyección de ventas.

El capítulo VI, Plan Técnico, precisa más la localización empresarial, los costos en que incurrirá la empresa y el impacto que pueda tener.

El capítulo VII, Plan Organizacional, define los pasos para constituir la empresa debidamente ante la Ley.

El Capítulo VIII, Plan Económico - Financiero, detalla los indicadores financieros como VANE, VANF, TIRE, TIRF Y B/C.

□

Idea de negocio

Durante los últimos años la inclusión de las mascotas en las familias comienza siendo más habitual, dándole un protagonismo, convirtiéndose así en un integrante más de la familia. Al ser la mascota un nuevo miembro familiar, pretenden que los canes adopten características de un ser humano, especialmente en el hábito alimenticio como en el aseo.

“Dog Shower” es una ingeniosa iniciativa que estará ubicada en la Ciudad de Ica, dicha actividad consiste en un tipo de prestación de servicio, la idea de negocio está relacionada con el uso masivo de Smartphones, el estilo de vida de las personas, donde el factor tiempo es una de las necesidades más valiosas, muchas personas no tienen el tiempo suficiente para llevar a sus mascotas a la veterinarias a realizarse su baño correspondiente, muchas personas trabajan o estudian, el servicio se centra en unir las principales veterinarias del Distrito de Ica mediante un aplicativo móvil, es decir, si una persona necesita llevar a su mascota a la veterinaria para su aseo, mediante el App podrá saber en tiempo real cuánto cobra cada veterinaria por el servicio, saber si hay atención en esa hora o separar un cupo.


Diagnóstico de la idea de negocio

“Dog Shower” brindará el servicio de traslado de mascotas hacia veterinarias, contando con rapidez y eficacia en el servicio, cubriendo así la necesidad de tiempo que las personas requieren, Nuestro valor agregado es que las personas pueden verificar distintas opciones de acuerdo a su preferencia, sea por precio, calidad de servicio, cercanía y demás, para contar con la confianza y seguridad el servicio solicitado con las mascotas, será y seguridad.

Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad)

“Dog Shower” cubre la necesidad de traslado completo de mascotas que no tengan tiempo necesario para cumplir esta función, está dirigido a los hogares que cuenten con mascotas dirigidos al NSE A, B, C.

□

 **RENACER S.R.L..docx** | RENACER S.R.L.
El documento proviene de mi biblioteca de referencias



Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

Micro-entorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos).

Cientes:

Se determinó que el perfil de los clientes sean los hogares cuyo nivel socioeconómico se localiza dentro del sector A-B-C; personas que tratan a su mascota como un integrante más de la familia, buscando darle la mejor alimentación y calidad de vida. Estas familias, se esmeran por hacer público el progreso que sus mascotas van disfrutando día a día, mediante el uso de las redes sociales; es decir ahora se interrelaciona mucho más las mascotas.

Un estudio realizado en el (2015) por la empresa IPSOS, afirma que las personas que tienen mascotas en todo caso suelen ser mayores de 24 años que tienen un poder adquisitivo medio alto, practican actividades deportivas y les gusta su libertad.

Competidores:

“Dog Shower” no cuenta con competencia indirecta, ya que aún no existe un aplicativo que enlace diferentes veterinarias en una sola aplicación, lo que si tiene es competencia directa que vienen a ser las mismas veterinarias con las que se desee trabajar, a continuación se muestra las principales veterinarias del distrito de Ica.

□ Tabla N° 1 Competidores

Tabla N° 1 Competidores

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

Proveedores:

“Dog Shower” no cuenta directamente con proveedores, ya que ofrece un servicio de transporte, los siguientes proveedores indirectos serían:

Servicio de combustible (para el transporte de mascotas)

Programas de actualización para el App.

Intermediarios:

“Dog Shower” no contará con intermediarios, ya que ofrece un servicio directo con el cliente, en caso contrario será el intermediario entre cliente y veterinaria.

Productos Sustitutos:

Actualmente en el Distrito de Ica no hay empresas que brinden el servicio de traslado de mascotas mediante un aplicativo móvil, pero existe la posibilidad que las propias veterinarias creen su propio aplicativo y resulte más rentable.

Análisis del Macro entorno

En esta variable, se busca analizar los diferentes factores externos que podrían afectar directamente a varias empresas del sector o podría ser beneficiosas para otras.

Factor económico

Economía Peruana:

Según el Banco Mundial, “Debido al impacto de la pandemia de COVID-19 se espera que la economía esté en recesión en 2020, lo que provocará un aumento de la pobreza y la desigualdad. La profundidad de estos impactos dependerá de la duración de la crisis y la respuesta del Gobierno. Un menor crecimiento en China y una probable recesión en las economías del G7 provocarán una fuerte disminución de la demanda de commodities, lo que disminuirá los volúmenes de exportación y también la inversión privada. Además, las medidas sin precedentes para frenar la propagación del virus, que incluyeron el cierre temporal de las fronteras y una cuarentena en todo el país, conducirán a una disminución significativa del consumo privado, especialmente en servicios como restaurantes, transporte y comercio. (Banco Mundial, 2020, Párr. 6)

Esto a su vez conducirá a una abrupta caída de los ingresos de los trabajadores; en particular los independientes e informales. El déficit de gasto privado se compensará solo parcialmente con un aumento del gasto público. (Banco Mundial, 2020, Párr. 6)



El Banco Central de Reserva (BCR) proyectó que este año el PBI caería en 12.5%, afectado por el impacto de la cuarentena, pero repuntaría el 2021 con un crecimiento de 11.5%. "Es la caída más grande de los últimos cien años, realmente dramático. Pero esperamos que tenga una duración breve"

, señaló hoy Julio Velarde, presidente del BCR, en conferencia de prensa online. El BCR presentó hoy el Reporte de Inflación (RI) de junio -que suele emitirse cada tres meses- con sus nuevas proyecciones. Cabe recordar que el RI de marzo no fue publicado debido a la cuarentena. El último RI fue emitido en diciembre del 2019, cuando aún se estimaba un crecimiento del PBI para el 2020 de 3.8% (ver cuadro).

(Diario Gestión, 2020. Párr. 1,2,3)

[https://gestion.pe/resizer/x5AFZgBvp2zyCn8nn8NkBBVwA8=/640x0/smart/filters:format\(jpeg\);quality\(75\)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/elcomercio/Z4AUUV3TNBFQBMRFBSDDXM23XY.jpg](https://gestion.pe/resizer/x5AFZgBvp2zyCn8nn8NkBBVwA8=/640x0/smart/filters:format(jpeg);quality(75)/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/elcomercio/Z4AUUV3TNBFQBMRFBSDDXM23XY.jpg)

Tasa de Desempleo:

Según el INEI, "El desempleo en Perú entre abril y junio subió a 8,8 %, según informó este sábado el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), periodo que estuvo fuertemente marcado por el confinamiento nacional ordenado por el Gobierno, a fin de evitar la propagación de la COVID-19 en el país. (Agencia EFE, 2020. Párr. 1)

Según el estudio del INEI, al menos 994.300 personas buscaron empleo activamente en el país durante abril, mayo y junio, aun cuando solo a partir de mediados de mayo el Gobierno estableció la reactivación económica en la mayoría de actividades económica productiva del país. (Agencia EFE, 2020. Párr. 2)

La cifra representa más del doble que la reportada en el segundo trimestre de 2019, cuando la tasa de desempleo nacional se situó en 3,6 %.(Agencia EFE, 2020. Párr. 3)

Asimismo, el área urbana fue la que registró el mayor incremento de desempleo, al pasar del 4,5 % del similar periodo de 2019 al 12,4 % este año, frente al 1,1 % registrado en el área rural, apenas un 0,5 % más que en 2019. (Agencia EFE, 2020. Párr. 4)

Estas cifras están conformadas por el porcentaje de la Población Económicamente Activa (PEA) que no trabajó siquiera una hora durante la semana de referencia de la encuesta, pero manifestó haber buscado activamente empleo. (Agencia EFE, 2020. Párr. 5)

El estudio también señala que los jóvenes menores de 25 años han registrado los mayores niveles de desempleo, con un 13,2 %; seguido de los que tienen entre 25 a 44 años de edad, con un 11,0 %, y los del grupo de 45 y más años de edad, con un 4,0 %.(Agencia EFE, 2020. Párr. 6)

Factor Cultural y Social

Según una publicación de ABC Sociedad, "Las mascotas No son solo animales de compañía; sino algo más.



Los beneficios emocionales, psicológicos y físicos que las mascotas aportan a nuestra sociedad tienen múltiples evidencias científicas. Sólo por enumerar algunas: su papel en la prevención de enfermedades, la reducción del estrés y el bienestar de las personas. Unos beneficios que no se dan a conocer lo suficiente según las conclusiones a las que se ha llegado en el 1º Foro Europeo Better With Pets. Organizado por Purina, que ha tenido lugar en Bruselas en el que se han reunido expertos de toda Europa y cuyo principal objetivo es dar visibilidad a la valiosa función de las mascotas en el mundo. (ABC Sociedad, 2017, Párr. 1,2)

No obstante, el incremento de la población en las zonas urbanas, las extensas jornadas de trabajo, la crisis económica y sobre todo la falta de reconocimiento del papel positivo de los animales de compañía sobre las personas, constituyen importantes barreras para la tenencia de mascotas en el futuro, ya que resulta difícil combinar sus cuidados y atenciones con las exigencias de la vida moderna. Para abordar estos asuntos como decimos expertos, políticos y líderes de la industria animal se reunieron en Bruselas para presentar los numerosos beneficios del papel de las mascotas en la sociedad y debatir qué mejoras se deben llevar a cabo para mejorar su bienestar.

(ABC Sociedad, 2017, Párr. 1,2)

El cuidado de las mascotas es cada vez más importante en la vida de millones de peruanos que en los últimos años destinan presupuestos importantes para esta finalidad, indicar María José Arrese, Gerente de Totally Pets, el primer y único programa de reembolso y beneficios para mascotas del Perú. "Se estima que en el Perú existen



un millón y medio de mascotas, entre perros y gatos,

que demandan un gasto promedio de \$7.200 mensual para su cuidado", estimó la vocera de Totally Pets. Sin embargo, si surgen imprevistos como enfermedades o accidentes, este gasto puede incrementarse de manera importante y afectar la economía personal y familiar. (Perú 21, 2017. Párr. 1, 2, 3)

Factor Político

Según el Periodista Augusto Álvarez, en una publicación del diario La República, refiriéndose a la economía peruana, indica que: "El riesgo político sigue siendo percibido por el sector empresarial como el obstáculo principal para las inversiones y el buen clima de negocios en el país, lo cual puede, a su vez, limitar el crecimiento económico del próximo año, afectando la reducción de la pobreza y de la generación de empleo. Una expresión de ello es la encuesta hecha por Ipsos en la Cade sobre la situación del Perú, registrándose solo 15% que cree que hoy está progresando -hace menos de una década casi el 80% pensaba lo mismo-, 36% que está retrocediendo, y 48% que está estancado." (Diario La República, 2019. Párr. 1,2)

El diario El Peruano, refiriéndose a las Mypes sobre la actual Pandemia, Particularmente vulnerables en este nuevo escenario son las micro y pequeñas empresas (mypes). Debido a su menor dimensión, estas unidades productivas encaran serias dificultades para mantenerse operativas y cumplir con sus obligaciones. El estado de emergencia y el aislamiento obligatorio han hecho que la demanda sobre sus productos caiga notoriamente. Asimismo, las medidas de restricción les impiden contar con la mano de obra necesaria para trabajar con normalidad, lo cual les ocasiona un grave inconveniente considerando que muchas de ellas están vinculadas con los sectores manufactureros y de servicios.

Consciente de este desafío, el Gobierno creó, mediante el Decreto de Urgencia N° 029-2020, el Fondo de Apoyo Empresarial a las Mype (FAE-Mype), con el cual el Estado destina recursos a fin de que accedan a préstamos otorgados por instituciones financieras para superar los problemas derivados de la pandemia del covid-19. (Diario El Peruano, 2020. Párr. 1, 2,5)

Según el Diario RPP, en una publicación acerca de las mascotas, afirma que "En



un país donde los índices de violencia siguen aumentando, los animales domésticos son blanco fácil. Antes de 2015, este tipo de maltrato era considerado



una falta y apenas siete personas fueron sancionadas, según Sonia Córdoba, abogada y fundadora de la Comisión de Protección de Animales.

Sin embargo, la Comisión de Ambiente y Ecología del Congreso de la República aprobó la ley de protección y bienestar animal N°30407. Esta contempla todos los actos de crueldad como un delito e impone un castigo de hasta 5 años de cárcel para aquellos que abandonan, tortura, violan y asesinan a un animal.

14

rpp.pe | Reportaje | La ley no alcanza para proteger a los animales doméstico del maltrato | RPP Noticias
<https://rpp.pe/peru/lima/reportaje-la-ley-no-alcanza-para-proteger-a-los-animales-domestico-del-maltrato-noticia-1072019>

Si bien el maltrato animal es un delito, en nuestro código civil aún son considerados como objetos.

(Diario RPP, 2017, Párr. 1, 2,3)

Factor Tecnológico

Actualmente, las tecnologías de la información se han desarrollado rápidamente por todo el mundo. En Lima Metropolitana, el 90% de los hogares tienen por lo menos un artefacto perteneciente a la Tecnología de la Información y Comunicación. Asimismo, el 52.1% de los hogares tienen por lo menos una computadora, mientras que el 67% cuentan con servicio de internet (INEI, 2017).

Kris Baird, fundadora de We are Marketing, refiriéndose a la tecnología en las empresas. Indica que: "La

15

www.wearemarketing.com | La aplicación de la tecnología en las empresas españolas | WAM
<https://www.wearemarketing.com/es/blog/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-la-era-de-la-transformacion-digital.html>

aplicación de la tecnología en las empresas está modificando los modelos de los negocios. Sin embargo, el ritmo de evolución es distinto según qué organizaciones. Y es que muchas de ellas todavía no han iniciado el tan inminente

y relevante camino hacia la transformación digital, que puede suponer su supervivencia en el futuro. El éxito, para ello, reside

en la capacidad de adaptación a un mundo tan cambiante como el

actual que, sin duda, demanda la inversión en tecnología. Esta última pasa por su adecuación a las necesidades de la compañía y, por tanto, debe enfocarse a sus resultados, su innovación y su mejora continua."

(We are marketing, 2020. Párr. 1)

La innovación e inclusión de la tecnología en las empresas se traduce en mejores resultados del negocio. La razón reside en la capacidad de la transformación digital para la aceleración de las actividades, los procesos, las competencias y los modelos. De esta forma, se aprovechan los cambios, el impacto y las oportunidades de dichas tecnologías de manera estratégica dentro de la compañía.

(We are marketing, 2020. Párr. 2)

Factor Ambiental

"Son tiempos de incertidumbre, miedo, ansiedad y sentimientos encontrados. El COVID-19 nos ha obligado a detenernos, observar, y respetar. Nos hemos dado cuenta de nuestra vulnerabilidad, pero también de nuestras fortalezas. Nos hemos dado cuenta de la fuerza colectiva, frente a la individual; las calles no se limpian solas, los almacenes no se reponen por obra de magia, las enfermedades no se curan con agua bendita, lo online nunca podrá sustituir lo presencial y sobre todo, nada podrá reemplazar el contacto humano." (Another Way, 2020. Párr. 1)

"La entrada del COVID-19 en Occidente, es un ejemplo más de nuestra relación tóxica con la naturaleza, que de nuevo, no se queda callada y ahora nos pide a gritos que le demos atención y respeto. El parón de la economía global está suponiendo una reducción sin precedentes de las tasas de contaminación, en tan solo unas pocas semanas de descanso la sabia naturaleza ha sido capaz de limpiar años de contaminación. El aire de las ciudades se respira limpio, las emisiones de carbono se han reducido a más de la mitad, y las aguas se están limpiando. Con las siguientes noticias, vemos como los indicadores de calidad de aire y emisiones más recientes, nos muestran los efectos positivos de la ralentización de la economía para el medio ambiente." (Another Way, 2020. Párr. 2)

□

CAPÍTULO III PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

□

CAPÍTULO III PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Misión

"Ofrecer servicios de calidad mediante el transporte adecuado de mascotas, dónde podamos simplificar la vida diaria de las familias al brindar comodidad y ahorro de tiempo,

generando una plena confianza y cero estrés, a través de un aplicativo móvil donde entrelazaremos a todas las veterinarias del Distrito Iqueño.”
Visión

“Ser para el año 2022, una empresa reconocida por su aplicativo especializado de baño y estética para mascotas en el Distrito Iqueño”

Valores

Compromiso
Respeto
Puntualidad
Honestidad
Confiabilidad
Integridad
Confianza
Transparencia
Pasión
Transformación
Trabajo en Equipo

Objetivos Estratégicos Generales

Primer Objetivo:

O1: Verificar que existe un mercado potencial para el traslado de mascotas.

M1: Obtener más de un 85 % de aceptación en hogares encuestados

Segundo Objetivo:

O2: Publicar una campaña de promoción mediante las redes sociales.

M2: Obtener 650 likes durante los dos primeros meses.

Tercer Objetivo:

O3: Desplegar una cultura de seguridad y calidad en el servicio.

M3: Prevención de accidentes.

Cuarto Objetivo:

O4: Determinar la viabilidad del proyecto “Dog Shower”

M4: Obtener una rentabilidad mayor del 30%

Matriz FODA

Fortaleza

- Cobertura estratégica del mercado.



repositorioacademico.upc.edu.pe

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/624709/1/VIZCARRA_VG.pdf

- Servicio de baño y estética a domicilio.
- Aplicación móvil para citas y pago del servicio.
- Personal comprometido con las mascotas.
- Publicidad en redes sociales.

Oportunidades

- Las mascotas son una tendencia que va en crecimiento.
- Incremento de uso de Smartphones (App)
- Adquisición de mascotas en los hogares
- Mercado amplio

Debilidades

- Empresa nueva y sin trayectoria.
- Costos de implementación.
- Falta de estacionamientos en los domicilios.
- Experiencia para lograr alianzas estratégicas.
- Fallas en el servicio.

Amenazas

- 70% de hogares llevan a sus mascotas al veterinario.
- Incremento de servicios sustitutos
- Ingreso de nueva competencia.
- Inseguridad ciudadana.
- Clientes infieles a una marca.

MATRIZ FODA:

□ Tabla N° 2 Matriz Foda

Tabla N° 2 Matriz Foda

FORTALEZA DEBILIDADES

F1: Cobertura estratégica del mercado. F2:



repositorioacademico.upc.edu.pe

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/624709/1/VIZCARRA_VG.pdf

Servicio de baño y estética a domicilio. F3: Aplicación móvil para citas y pago del servicio.

F4: Personal comprometido con las mascotas. F5: Publicidad en redes sociales. D1: Empresa nueva y sin trayectoria. D2: Costos de implementación. D3: Falta de estacionamientos en los domicilios. D4: Experiencia para lograr alianzas estratégicas. D5: Fallas en el servicio.

OPORTUNIDAD AMENAZAS

O1: Las mascotas son una tendencia que va en crecimiento. O2: Incremento de uso de Smartphones (App) O3: Adquisición de mascotas en los hogares O4: Mercado amplio A1: 70% de hogares llevan a sus mascotas al veterinario. A2: Incremento de servicios sustitutos A3: Ingreso de nueva competencia. A4: Inseguridad ciudadana. A5: Clientes infieles a una marca.

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

FODA CRUZADO

□ Tabla N° 3 Foda Cruzado

Tabla N° 3 Foda Cruzado

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

Estrategia genérica de Porter

Según el análisis propuesto por Michael Porter (2009), Las tres estrategias genéricas planteadas por Michael Porter son: liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración, a través de ellas una empresa puede hacer frente a las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector y conseguir una ventaja competitiva sostenible que le permita superar a las firmas rivales. (GestioPolis, 2001, Párr. 1)

-Liderazgo de Costos:

A través de esta aplicación se busca principalmente abarcar en un mercado donde no exista competencia directa.

Algunas formas de reducir costos;

Aprovechar las nuevas tendencias.

Reducir costos en funciones de ventas, marketing y publicidad.

Aprovechar las nuevas tecnologías.

-Diferenciación:

Dog Shower es un App que entrelaza a todas las veterinarias de Ica ofreciéndole al cliente una lista de opciones más amplia para que pueda elegir a donde llevar a su engreído

-Enfoque:

Va dirigido a todas las personas que tengan una mascota en casa y que no dispongan de tiempo;

Personas que trabajan.

Adultos de tercera edad.

Personas que no le gustan salir de casa.

Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)

□ Tabla N° 4 Diagrama de Gantt

Tabla N° 4 Diagrama de Gantt

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

ACCION RESPONSABLE MAYO JUNIO JULIO JULIO JULIO AGOSTO

Consultar con un especialista para efectuar la App móvil Por Definir

Compra de accesorios para implementar la aplicación móvil Por Definir

Supervisar el funcionamiento del App Por Definir

Realizar los procesos debidos para poder obtener los permisos adecuados que permitan el funcionamiento de la empresa Por Definir

Registro de la marca Por Definir

Convocatorio y selección de personal Por Definir

Apertura de la página en Facebook Por Definir

Contratación y capacitación del personal Por Definir

Realizar un simulacro del proceso debido del servicio Por Definir

Inauguración Por Definir

□

Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)

Actualmente no se tienen competidores directos, los únicos competidores indirectos serían las veterinarias que no estén asociadas a nuestro aplicativo.

18

RENACER S.R.L..docx | RENACER S.R.L.

El documento proviene de mi biblioteca de referencias

Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la

19

Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

demanda)

20

repositorio.zegel.edu.pe

https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=2

Para hallar la estimación de la Demanda, se ha tenido que recurrir a dos fuentes de información, como es

21

Plan de negocio para la fabricación y comercialización de packs de muebles modulares usando tecnología de impresión 3d y madera (Borrador).docx | Plan de ...

El documento proviene de mi grupo

el Instituto Nacional de Estadística e Informática (Inei) y la Asociación de Investigación de Mercados (Apeim)

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (Inei)

afirma que en Distrito de Ica hay un total de 50403 hogares urbanos, con respecto al Nivel Socioeconómico se indica que el Sector AB abarca un 9.5%, mientras el sector C abarca un 38.3%, haciendo un total de 47.8%

□ Tabla N° 5 Hogares del Distrito Iqueño

Tabla N° 5 Hogares del Distrito Iqueño

□

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Teniendo en cuenta, los datos descritos anteriormente, a continuación se detallan la demanda del plan de negocio:

Se tiene un total de 50403 hogares en el Distrito Iqueño, a dicha cantidad se procede a obtener el total de hogares pertenecientes al Nivel Socioeconómico A-B-C, Obteniendo un total de 24093 hogares

Total de hogares en Ica

□ Tabla N° 6 Hogares del NSE A-B-C

Tabla N° 6 Hogares del NSE A-B-C Sector AB y C Total

50403 47.8% 24093

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Al tener el total de hogares que pertenecen al Nivel Socioeconómico establecido en la idea de negocio, se procede a evaluar el número total de hogares que cuentan con una mascota, se hace este paso para lograr una mejor segmentación del mercado.

Como no existe información secundaria de esta variable, se optó por tomar el resultado de la pregunta realizada en la encuesta, lo que indica:

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

N° de Hogares

□ Tabla N° 7 Hogares con mascota

Tabla N° 7 Hogares con mascota Hogares con mascota Total

24093 89.40 % 21539

Al saber que número de hogares cuentan con una mascota en casa, se hace otra subsegmentación, al referirnos solo a hogares que tienen un perro como mascota.

Siguiendo con la segmentación, se observa que un 79.8% de hogares tiene un perro en casa, obteniendo la siguiente tabla:

□ Tabla N° 8 Hogares con perro en casa

Tabla N° 8 Hogares con perro en casa

N° de Hogares Hogares con un perro en casa Total

21539 79.8% 17188

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Al tener un resultado amplio de hogares que cuenten con un perro como mascota, se puede afirmar que el mercado al cual se dirige el negocio es factible.

Siguiendo con la segmentación, para que se pueda hallar la demanda, se estima que la participación de mercado de la organización sea del 12.21%, por lo tanto:

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

N° de Hogares

□ Tabla N° 9 Participación estimada

Tabla N° 9 Participación estimada Participación estimada Total

17188 12.21% 2100

De este resultado, de acuerdo a las encuestas formulada, la mayoría de hogares lleva 1 vez al mes a su perro a la veterinaria para su aseo, se obtiene la siguiente tabla:

□ Tabla N° 10 Frecuencia de aseo de perros

Tabla N° 10 Frecuencia de aseo de perros

N° de Hogares Frecuencia de aseo de perros, 1 veces al mes, 12 veces al año Total

2100 2100*12 25200

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Demanda Proyectada

A continuación se muestra la Demanda Proyectada

□ Tabla N° 11 Demanda Proyectada

Tabla N° 11 Demanda Proyectada

AÑOS DEMANDA POTENCIAL

2020 25200

2021 27216

2022 29393

2023 31744

2024 34283

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Según en INEI el índice de crecimiento de hogares equivale al 0.08%, lo cual la demanda potencial crecería al mismo ritmo, entonces para el 2024 sería de 34286 hogares.

Tamaño de Muestra:

La determinación de la muestra se realizó de la siguiente manera:

Donde:

N: Universo o Población

P: Probabilidad a favor

Q: Probabilidad en contra

Z: Nivel de confianza

E: Error de Muestra

□ Tabla N° 12 Determinación del tamaño de muestra

Tabla N° 12 Determinación del tamaño de muestra

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Tamaño de la Población (N) 24093 hogares

Probabilidad a favor 0.5

Probabilidad en contra 0.5

Nivel de Confianza (Z) 1.96

Límite de error (E) 0.05

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020) Muestra 378 hogares

Se obtiene como resultado de la muestra a 378 hogares. Se permitirá establecer la cantidad de hogares donde se aplicara la encuesta.

A través de la misma técnica, lo que realmente se quiere es tener información sobre los hábitos de las familias, estimar la aceptación del plan, y ver si es posible su implementación.

Metodología y resultado

¿Tiene mascotas en su hogar?

a) Sí b) No

¿Qué tipo de mascota tiene?

a) Perro b) Gato c) Otros

¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra tu perro?

a) Cachorro b) Adulto

¿Lleva a la Veterinaria a su perro para su aseo correspondiente?

a) Sí b) No

¿Cuántas veces al mes lleva su perro a la Veterinaria?

a) 1 b) 2 c) 3 d) 4

¿Cuál es el gasto promedio mensual que realiza en su perro?

S/. 20.00 – S/. 25.00 b) S/. 25.00 – S/. 40.00 c) S/. 40.00 – S/. 65.00

¿Le gustaría contar con un app para ver que veterinarias están más cercas y el costo por aseo del can?

a) Sí b) No

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□ Tabla N° 13 Pregunta 1 - Encuesta

Tabla N° 13 Pregunta 1 - Encuesta

1.- ¿Tiene mascotas en su Hogar?

Respuestas Cantidad %

SI 338 89.40%

NO 40 10.60%

TOTAL 378 100%

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (378), el 89.40% (338 familias) tiene mascotas en su hogar, mientras que el 10.60% (40 personas) no tiene mascotas en su hogar.

□ Gráfico N° 1 Pregunta 1 - encuesta

Gráfico N° 1 Pregunta 1 - encuesta

□

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 89.40% de hogares si tiene mascota en casa.

□ Tabla N° 14 Pregunta 2 - Encuesta

Tabla N° 14 Pregunta 2 - Encuesta

2.- ¿Qué tipo de mascota tiene?

Alternativa Respuesta %

Perro 268 79.80%

Gato 70 20.20%

Otro 0 0%

TOTAL 338 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (338), el 79.80% (268 hogares) tienen un perro como mascota en casa, mientras que el 20.20% (70 hogares) tiene un gato como mascota en casa.

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□ Gráfico N° 2 Pregunta 2 - encuesta

Gráfico N° 2 Pregunta 2 - encuesta

□

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 79.80% de hogares tiene un perro como mascota en casa.

□ Tabla N° 15 Pregunta 3 - Encuesta

Tabla N° 15 Pregunta 3 - Encuesta

3.- ¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra su perro?

Respuestas Cantidad %

Cachorro 180 67.16%

Adulto 88 32.84%

TOTAL 268 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (368), el 67.16% (180 hogares) tienen un perro en edad cachorro, mientras que el 32.84% (88 hogares) tiene un perro en etapa adulta.

□ Gráfico N° 3 Pregunta 3 - encuesta

Gráfico N° 3 Pregunta 3 - encuesta

□

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 67.16% hogares tiene un perro en edad cachorro.

□ Tabla N° 16 Pregunta 4 - Encuesta

Tabla N° 16 Pregunta 4 - Encuesta

4.- ¿Lleva a la Veterinaria a su perro para su aseo correspondiente?

Respuestas Cantidad %

SI 268 100%

NO 0 0%

TOTAL 268 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (268), el 100% (268 hogares) lleva a la veterinaria a su perro para su aseo correspondiente.

□

□ Gráfico N° 4 Pregunta 4 - encuesta

Gráfico N° 4 Pregunta 4 - encuesta

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 100% de hogares lleva a la veterinaria a su perro.

□ Tabla N° 17 Pregunta 5 - Encuesta

Tabla N° 17 Pregunta 5 - Encuesta

5. ¿Cuántas veces al mes lleva su perro a la Veterinaria?

Respuestas Cantidad %

1 242 90.30 %

2 20 7.46 %

3 6 2.24 %

4 0 0%

TOTAL 268 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (268), el 90.30 % (242 hogares) lleva a la veterinaria a su perro 1 vez al mes, el 7.46 % (20 hogares) lleva 2 veces al mes a su perro para su aseo correspondiente.

□ Gráfico N° 5 Pregunta 5 - encuesta

Gráfico N° 5 Pregunta 5 - encuesta

□

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 90,30% de hogares lleva a la veterinaria a su perro 1 vez al mes.

□ Tabla N° 18 Pregunta 6 - Encuesta

Tabla N° 18 Pregunta 6 - Encuesta

6.- ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en su perro?

Alternativa Respuesta %

S/ 20 a 25 28 10 %

S/ 25 a 40 220 82 %

S/ 40 a 65 20 8%

TOTAL 268 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (268), el 82 % (220 hogares) gasta en promedio S/ 25 a 40 soles en el aseo de su perro, el 10 % (28 hogares) gasta en promedio S/ 20 a 25 soles.

□ Gráfico N° 6 Pregunta 6 - encuesta

Gráfico N° 6 Pregunta 6 - encuesta

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 82% de hogares gasta en promedio S/ 25 a 40 soles.

□ Tabla N° 19 Pregunta 7 - Encuesta

Tabla N° 19 Pregunta 7 - Encuesta

7.- ¿Le gustaría contar con un App para ver que veterinarias están más cercas y el costo por aseo del can?

Respuestas Cantidad %

SI 268 100%

NO 0 0%

TOTAL 268 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Interpretación:

La tabla indica que, de todas las familias encuestadas (268), el 100 % (268 hogares) le gustaría contar con App Móvil.

□ Gráfico N° 7 Pregunta 7 - encuesta

Gráfico N° 7 Pregunta 7 - encuesta

□

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Conclusión:

De las encuestas que se formularon en diferentes hogares, se encontró que el 100% de hogares les gustaría contar con un App Móvil.

□

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

□

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Mercado (características y segmentación)

La presente idea de negocio está dirigida a los hogares del Distrito de Ica que cuenten con un perro como mascota en casa, familias con un poder adquisitivo medio – alto. Para que se tenga un mejor alcance del perfil de los clientes, a continuación se presenta la segmentación, para tener un mejor alcance del público objetivo.

Variables Geográficas:

La segmentación geográfica indica la Distribución del servicio, párrafo anterior hace referencia que serán hogares pertenecientes al Nivel Socioeconómico A-B-C que residan en el distrito de Ica

País: Perú

Distrito: Ica

Zona: Urbana

Variables Demográficas:

Género : Hogares / Familias
Nivel Socioeconómico: A-B-C
Edad: Sin excepción
Estado Civil: Indistinto

Variables Psicográficas:

Personalidad: Personas Independientes, extrovertidos, alegres.
Valores: Familiares, abierto al cambio, conservador, familiar.
Estilos de Vida: Los progresistas.- Personas que Desean un constante cambio personal o familiar.

Los Modernos.- Familias que buscan una realización Profesional y el también reconocimiento de la sociedad.

Los Sofisticados.- en su mayoría son jóvenes, es un segmento mixto, están los educados, liberales, con ingresos más altos que el promedio.

Variables Conductuales:

El beneficio:

Actualmente, al momento de adquirir un servicio, las personas desean que la mayor importancia sea la atención y el beneficio, como se sabe el precio es un punto clave que interviene en la decisión del servicio, también los beneficios que ellos reciban resulten un factor destacado.

El beneficio que "Dog Shower" brinda, es el servicio de calidad, acompañado de un trato diferenciado.

Medios de Pago:

El medio de pago a utilizar será el efectivo y mediante plataformas digitales (depósitos)

Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)

Producto:

Como se mencionó al formular la idea de negocio, lo que expenderá "Dog Shower" es un servicio de traslado de canes hacia la veterinaria, se hace con el objetivo de que las personas tengan más tiempo libre, es decir, se facilitaría ya que el traslado será desde su domicilio hasta la veterinaria, con el afán de dar un excelente servicio al cliente, se han creado diferentes planes de traslado, como son: al momento, en horarios flexibles, separar un día de la semana en especial. Entre otros.

□ Fuente: Google (2020)

Fuente: Google (2020)

□ MASCOTAS EN MUDANZAS - www.transpato.com

Calidad:

El factor fundamental para el éxito, se sitúa en la satisfacción del cliente y mascota, el servicio que se brinda va desde la recepción de solicitud, la atención del cliente y la prestación plena del servicio.

□ Fuente: Google (2020)

Fuente: Google (2020)

□ Transporte de Mascotas. Traslada a tu mascota de forma segura

Precio:

Para la fijación de precios del servicio "Dog Shower" mediante un aplicativo, se ha tomado en cuenta el tarifario de las veterinarias que estarían asociadas, los baños oscilan entre S/25.00 a S/50.00 dependiendo el tamaño de la mascota.

El aplicativo tendría una ganancia de acuerdo al porcentaje pactado con distintas veterinarias, incluyendo el Delivery

Competencia Indirecta:

En este punto las veterinarias que no estén asociadas al aplicativo serían llamadas competencia indirecta.

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□ Tabla N° 20 Precio del Servicio

Tabla N° 20 Precio del Servicio

PRECIO DE VETERINARIAS COMISIÓN POR LLEVAR LOS CANES PRECIO DEL CLIENTE POR TRANSPORTE PRECIO TOTAL POR EL SERVICIO
S/ 25.00 a S/ 50.00 S/ 5.00 S/ 3.50 S/ 8.50

Plaza:

La empresa utilizara el canal de distribución indirecto, es decir que seremos los intermediarios entre hogares y veterinarias.

El servicio DogShower no tendrá una ubicación física, pero si tendrá una oficina administrativa, en donde se distribuirá las tareas diarias ya que tendremos nuestra movilidad para brindar el servicio Delivery.

□ Gráfico N° 8 Plaza

Gráfico N° 8 Plaza

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

Promoción:

Redes Sociales:

En la actualidad no solo una persona usa las redes sociales, ahora todos los integrantes de la familia lo usan, por ello es fundamental promocionar el Aplicativo Móvil por diferentes medios como son:

Facebook: La red social más usada, mediante ello postearemos las fotos de las mascotas en su traslado de casa a la veterinaria, lo que se requiere es tener una acogida del mercado objetivo.

Instagram: Otra red social utilizada con frecuencia más por los jóvenes, cada día se harán publicaciones de servicio, se crearan historias de entretenimiento al público, entre otros.

Aplicación Móvil

-Opciones de Veterinarias

-Siempre

 repositorioacademico.upc.edu.pe
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/624709/1/VIZCARRA_VG.pdf

se derivarán las citas de atención a nuestra aplicación móvil.

-Enviaremos notificaciones de promociones y descuentos

de todas las veterinarias que se encontrarán en el Aplicativo.

-Variedad de precios.

-Formas de pago.

-Ubicación en tiempo real.

Formulación estratégica ANSOFF

□ Tabla N° 21 Ansoff

Tabla N° 21 Ansoff

□ SERVICIOS

SERVICIOS

□ N U E V O S

N U E V O S

□ A C T U A L E S

A C T U A L E S

□ M

E

R

C

A

D

O

S

M

E

R

C

A

D

O

S

□ Desarrollo del Servicio

Modificar o ampliar algunos valores la empresa, generar nuevos objetivos estratégicos.

Desarrollo del Servicio

Modificar o ampliar algunos valores la empresa, generar nuevos objetivos estratégicos.

□ Penetración en el Mercado

Utilizar incentivos económicos si, los hogares tienen más de dos canes, hacer el cobro de traslado por un solo precio.

Penetración en el Mercado

Utilizar incentivos económicos si, los hogares tienen más de dos canes, hacer el cobro de traslado por un solo precio.

□ A
C
T
U
A
L
E
S

A
C
T
U
A
L
E
S

□ Desarrollo del Servicio



repositorio.up.edu.pe

https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/11354/2859/5/ChungaSilvio_Tesis_maestria_2020.pdf.txt

Alianzas estratégicas con Veterinarias de Parcona e Tinguíña.

Desarrollo del Servicio

Alianzas estratégicas con Veterinarias de Parcona e Tinguíña.

□ NUEVOS

NUEVOS

□ Desarrollo del Mercado

Podríamos hacer una expansión de mercado, dirigirnos hacia otros distritos, de esta manera habría nuevos canales de distribución.

Desarrollo del Mercado

Podríamos hacer una expansión de mercado, dirigirnos hacia otros distritos, de esta manera habría nuevos canales de distribución.

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Proyección de ventas

Meses ENERO

□ Tabla N° 22 Proyección de Ventas

Tabla N° 22 Proyección de Ventas FEBRERO MARZO ABRIL

Servicios	precio	cantidad	importe	cantidad	importe	cantidad	importe	cantidad	importe					
Comisión por aseo	S/.	5.00	930	S/.	4,650.00	945	S/.	4,725.00	1000	S/.	5,000.00	1115	S/.	5,575.00
Traslado	S/.	3.50	930	S/.	3,255.00	945	S/.	3,307.50	1000	S/.	3,500.00	1115	S/.	3,902.50
Total		1860	S/.	7,905.00	1890	S/.	8,032.50	2000	S/.	8,500.00	2230	S/.	9,477.50	

Meses MAYO JUNIO JULIO AGOSTO

Servicios	precio	cantidad	importe	cantidad	importe	cantidad	importe	cantidad	importe					
Comisión por aseo	S/.	5.00	1040	S/.	5,200.00	1080	S/.	5,400.00	1110	S/.	5,550.00	1050	S/.	5,250.00
Traslado	S/.	3.50	1040	S/.	3,640.00	1080	S/.	3,780.00	1110	S/.	3,885.00	1050	S/.	3,675.00
Total		2080	S/.	8,840.00	2160	S/.	9,180.00	2220	S/.	9,435.00	2100	S/.	8,925.00	

Meses SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

Servicios	precio	cantidad	importe	cantidad	importe	cantidad	importe	cantidad	importe					
Comisión por aseo	S/.	5.00	1050	S/.	5,250.00	1060	S/.	5,300.00	1080	S/.	5,400.00	1150	S/.	5,750.00
Traslado	S/.	3.50	1050	S/.	3,675.00	1060	S/.	3,710.00	1080	S/.	3,780.00	1150	S/.	4,025.00
Total		2100	S/.	8,925.00	2120	S/.	9,010.00	2160	S/.	9,180.00	2300	S/.	9,775.00	

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Sis S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00
Total sueldo S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/1,608.00 S/19,296.00

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Sueldo de Marketing:

CONCEPTO ENE FEB MAR ABR MAY JUN

□ Tabla N° 26 Planilla de Marketing

Tabla N° 26 Planilla de Marketing JUL AGO SEPT OCT NOV DIC

Sueldo base S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00

Asignación familiar S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00 S/0.00

SIS S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00

Total sueldo S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/1,015.00 S/12,180.00

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Sueldo del Asistente de Aplicaciones:

CONCEPTO ENE FEB MAR ABR MAY

□ Tabla N° 27 Planilla del Asistente

Tabla N° 27 Planilla del Asistente JUN JUL AGO SEPT OCT NOV DIC

Sueldo base S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00 S/1,000.00

Asignación familiar S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00 S/93.00

SIS S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00 S/15.00

Total sueldo S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/1,108.00 S/13,296.00

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Costos (directos e indirectos)

Costos Directos:

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□ Tabla N° 28 Costos Directos

Tabla N° 28 Costos Directos CONCEPTO

Administrador

Asistente de Aplicaciones

Marketing

Teléfono e Internet

Alquiler

Artículos de Limpieza

Material de Oficina

Publicidad

contador

Otros(gastos Financieros)

Proceso de producción u operación (diagrama de flujo)

Cliente ingresa al App Móvil.

Una vez que el cliente ingrese al App Móvil verificara que veterinaria está disponible y más cerca.

Solicitará el servicio de Transporte.

Encontrando mesa disponible, el colaborador se acercara al cliente.

Entregará a su perro para ser llevado a la Veterinaria.

La móvil llegara a su domicilio y recogerá al can.

Verificación de Llegada.

Al llegar el can a la Veterinaria, se le notificara al cliente la hora de Llegada.

Entrega del can a su Domicilio.

Una vez terminado el aseo del can, se llevara de inmediato a su domicilio.

□ Gráfico N° 10 Diagrama de Flujo

□

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Certificaciones necesarias

Búsqueda y reserva de nombre
Elaboración del Acto Constitutivo(Minuta)
Abono de capital y bienes
Elaboración de Escritura Pública
Inscripción en Registros Públicos
Inscripción al RUC para Persona Jurídica

Impacto en el medio ambiente

Según una Publicación de APPLOADING sobre las aplicaciones, afirma que “Son



apploading.com | APPs medio ambiente: la tecnología móvil a disposición de la naturaleza - Apploading

<https://apploading.com/apps-medio-ambiente-la-tecnologia-movil-a-disposicion-de-la-naturaleza/#:-:text=Cuando hablamos de tecnologías y medio ambiente, normalmente,desintegración y su mala gestión el e...>

numerosas las publicaciones en prensa que relacionan las nuevas tecnologías con su gran impacto en el medio ambiente. Pero como en muchos otros casos, los elementos y dispositivos electrónicos no tienen ninguna relación con la contaminación o las malas prácticas, sino la conciencia de la población que hace uso y comercio de estas tecnologías. Así que por una parte podría verse la tecnología de una forma física y material, es decir, de qué materiales están compuestos los terminales, Smartphones y ordenadores, y por otra parte el contenido de las aplicaciones y su impacto en la mentalidad de la sociedad que los utiliza. (Apploading, 2019, Párr. 1,2)

Cuando hablamos de tecnologías y medio ambiente, normalmente, imaginamos gran cantidad de aparatos contaminando mediante su desintegración y su mala gestión el entorno natural. Pero tenemos que ser conscientes y concienciar de ello para poder cambiar la situación y aumentar la presión moral, incidiendo en el comportamiento de personas y empresas tecnológicas.

(Apploading, 2019, Párr. 1,2)

□



RENACER S.R.L..docx | RENACER S.R.L.

♥ El documento proviene de mi biblioteca de referencias

CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

□

CAPÍTULO VII


PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y

costos)

A continuación mediante una Publicación del Diario Correo, se definen los 6 pasos para crear una Empresa:

1.-

 **diariocorreo.pe** | ¿Cómo constituir una empresa? Seis pasos para lograrlo | empresa Perú | ECONOMIA | CORREO
<https://diariocorreo.pe/economia/como-constituir-una-empresa-seis-pasos-para-lograrlo-empresa-peru-noticia/#:~:text=Finalmente presentar el formato de declaración jurada y,solicita el servicio de Elaboración de...>

Buscar y reservar el nombre de la empresa

Los requisitos para buscar y reservar el nombre son: DNI o pasaporte vigente, decidir el tipo de empresa que va constituir, llenar el formulario de solicitud de reserva del nombre. (Diario Correo, 2020)

2.- Elaboración de la Minuta o la elaboración del Acto Constitutivo

Los requisitos para elaborar la Minuta son: 2 copias del DNI de cada socio y cónyuges, 2 copias más la original de la búsqueda y reserva del nombre, archivo digital con el giro del negocio y la lista de los bienes para el capital. Finalmente presentar el formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas (Diario Correo, 2020)

Este trámite puedes realizar en cualquiera de los siguientes lugares:

En una notaría: acude a la notaría llevando los requisitos mencionados arriba y solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva. (Diario Correo, 2020)

3.- Abono del capital y los bienes

Los requisitos para realizar este proceso son: DNI o pasaporte vigente y el Formato del Acto constitutivo.

Los pasos a seguir es: acércate a un banco de tu preferencia y solicita la apertura de una cuenta que sirva para depositar el dinero de los socios.

Para finalizar realiza el inventario de los bienes y la cantidad de costos de los bienes que está incluyendo a la empresa. (Diario Correo, 2020)

4.- Elaboración de la escritura pública

Los requisitos para este proceso son: DNI o pasaporte vigente, Formato de Acto Constitutivo, Depósito o Boucher del abono al banco.

Acude a una notaría llevando los requisitos y solicita el servicio de la Elaboración de Escritura Pública para la constitución de la empresa.

En este proceso el notario revisa el Acto y eleva a Escritura Pública (Diario Correo, 2020)

5.- Inscripción en registros públicos

Este proceso es realizado por el notario. Cuando obtenga la Escritura Pública, es importante llevar a SUNARP para realizar la inscripción en los Registros Públicos (igual este procedimiento es realizado por la notaría). (Diario Correo, 2020)

6.- Inscripción al RUC para Persona Jurídica

Los requisitos para este último paso son:

- Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social Inscrita.

- Recibo de servicio (Luz o agua), no mayor a dos meses de antigüedad.

(Diario Correo, 2020)

Obligaciones (tributarias y laborales)

Aspectos Tributarios:

El Régimen Mype Tributario (Mype) tiene como meta coger a contribuyentes con ingresos no superiores a las 1700 UIT, para poder acogerse solo bastara con la declaración del PDT 621, los beneficios que se brindan son no sanciones tributarias para un grupo de empresas.

Según Sunat, afirma ciertos beneficios como:

 **tesis.usat.edu.pe**
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2066/1/TL_FiestasSampenMerylin.pdf

Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales. (Portal Web, Sunat)

Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.

(Portal Web, Sunat)

Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado. (Portal Web, Sunat)

Obligaciones Laborales:

□

Estructura organizacional

□ Gráfico N° 11 Organigrama Empresarial

Gráfico N° 11 Organigrama Empresarial

□

□ Junta General de Socios

Junta General de Socios

□ Gerente

Gerente

□

□ RR. Humanos

RR. Humanos

□

□

□ Asesoría Contable

Asesoría Contable

□ Logística

Logística

□

□

□

□ Tesorería

Tesorería

□

□

□

□

□ Marketing

Marketing

□ Sistemas

Sistemas

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Descripción de funciones

□ Tabla N° 29 Perfil de los colaboradores

Tabla N° 29 Perfil de los colaboradores

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

□

CAPÍTULO VIII
PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

□

CAPÍTULO VIII
PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO
Inversiones (estructura)

El capítulo siguiente detalla el presente plan de inversión de la Empresa "Dog Shower", se define el monto dinerario que se necesita para el funcionamiento de la misma.

Estructura de Inversión:

Compuesto por el Activo Fijo Tangible (16.30%) que viene a ser los equipos que la empresa necesitara, el Activo Fijo Intangible (7.53%) son los gastos para el registro empresarial y el capital de trabajo (76.17%).

□ Tabla N° 30 Estructura de Inversión

Tabla N° 30 Estructura de Inversión ESTRUCTURA DE INVERSIONES

RUBROS MONTO PORCENTAJE

Activos Fijos Tangibles S/4,920.00 16.30%

Activos Fijos Intangibles S/2,272.99 7.53%

Capital de Trabajo S/22,995.37 76.17%

TOTAL INVERSION S/30,188.36 100%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Inversión Fija Tangible:

Como se mencionó en el párrafo anterior, esta inversión hace referencia a los gastos de maquinaria, inmueble y equipo, el monto total asciende a S/ 4,920.00 soles.

□ Tabla N° 31 Inversión Fija Tangible

Tabla N° 31 Inversión Fija Tangible

CONCEPTO CANTIDAD PRECIO UNITARIO PRECIO TOTAL

Terrenos, Inmuebles

Refacción de oficina 1 S/. 1,000.00 S/. 1,000.00

Equipos Eléctricos 1 S/. 500.00 S/. 500.00

Equipos

Computadora 1 S/. 1,800.00 S/. 1,800.00

Teléfono 2 S/. 60.00 S/. 120.00

Celular 1 S/. 1,500.00 S/. 1,500.00

TOTAL S/. 4,920.00

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Inversión Fija Intangible:

La siguiente tabla muestra a detalle los activos tangibles, gastos para registrar debidamente la empresa, la suma asciende a S/ 2,272.99 soles.

□ Tabla N° 32 Inversión Fija Intangible

Tabla N° 32 Inversión Fija Intangible

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

Capital de Trabajo:

El Capital de trabajo hace referencia a los costos directos e indirectos que se necesitaran los tres primeros meses de operación, haciendo la suma de S/ 22,995.37 soles.

CAPITAL DE TRABAJO

□ Tabla N° 33 Capital de Trabajo

Tabla N° 33 Capital de Trabajo ENERO FEBRERO MARZO TOTAL

Costos directos Costo de Servicio S/. 2,325.00 S/. 2,362.50 S/. 2,500.00 S/. 7,187.50

Total costos directos S/. 2,325.00 S/. 2,362.50 S/. 2,500.00 S/. 7,187.50

costos indirectos

Material de Oficina S/. 50.00 S/. 50.00 S/. 50.00 S/. 150.00

Alquiler S/. 1,000.00 S/. 1,000.00 S/. 1,000.00 S/. 3,000.00

sueldos y salarios S/. 3,731.00 S/. 3,731.00 S/. 3,731.00 S/. 11,193.00

Servicios (agua, luz) S/. 100.00 S/. 100.00 S/. 100.00 S/. 300.00

Teléfono e Internet S/. 120.00 S/. 120.00 S/. 120.00 S/. 360.00

Artículos de Limpieza S/. 60.00 S/. 60.00 S/. 60.00 S/. 180.00

Publicidad S/. 30.00 S/. 30.00 S/. 30.00 S/. 90.00

contador S/. 60.00 S/. 60.00 S/. 60.00 S/. 180.00

Otros(gastos Financieros) S/. 354.87 S/. 354.87 S/. 354.87 S/. 1,064.60

total costos indirectos S/. 5,505.87 S/. 5,151.00 S/. 5,151.00 S/. 15,807.87

TOTAL S/. 7,830.87 S/. 7,513.50 S/. 7,651.00 S/. 22,995.37

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Ingresos y egresos

Ingresos: Los Ingresos de la Empresa "Dog Shower" comprenden las ventas por los servicios que ofrece.

Proyección de Ventas:

La Empresa el primer año de operaciones ofrecerá 25200 servicios de traslado de canes hacia las veterinarias, se cobrara una comisión de S/ 5.00 soles por aseo y S/ 3.50 soles por traslado ida y vuelta.

Meses ENERO

□ Tabla N° 34 Proyección de Ventas

Tabla N° 34 Proyección de Ventas FEBRERO MARZO ABRIL

Servicios precio cantidad importe cantidad importe cantidad importe

Comisión por aseo S/. 5.00 930 S/. 4,650.00 945 S/. 4,725.00 1000 S/. 5,000.00 1115 S/. 5,575.00

Traslado S/. 3.50 930 S/. 3,255.00 945 S/. 3,307.50 1000 S/. 3,500.00 1115 S/. 3,902.50

Total 1860 S/. 7,905.00 1890 S/. 8,032.50 2000 S/. 8,500.00 2230 S/. 9,477.50

Meses MAYO JUNIO JULIO AGOSTO

Servicios precio cantidad importe cantidad importe cantidad importe cantidad importe

Comisión por aseo S/. 5.00 1040 S/. 5,200.00 1080 S/. 5,400.00 1110 S/. 5,550.00 1050 S/. 5,250.00

Traslado S/. 3.50 1040 S/. 3,640.00 1080 S/. 3,780.00 1110 S/. 3,885.00 1050 S/. 3,675.00

Total 2080 S/. 8,840.00 2160 S/. 9,180.00 2220 S/. 9,435.00 2100 S/. 8,925.00

Meses SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

Servicios precio cantidad importe cantidad importe cantidad importe cantidad importe

Comisión por aseo S/. 5.00 1050 S/. 5,250.00 1060 S/. 5,300.00 1080 S/. 5,400.00 1150 S/. 5,750.00

Traslado S/. 3.50 1050 S/. 3,675.00 1060 S/. 3,710.00 1080 S/. 3,780.00 1150 S/. 4,025.00

Total 2100 S/. 8,925.00 2120 S/. 9,010.00 2160 S/. 9,180.00 2300 S/. 9,775.00

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Proyección de Ventas:

El segundo y tercer año de operaciones, la Empresa tendrá un crecimiento de 4% y para los últimos dos años tendrá un crecimiento del 7%.

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Servicios/ Años

□ Tabla N° 35 Proyección de Ventas anual
 Tabla N° 35 Proyección de Ventas anual Anual
 1 2 3 4 5

Comisión por aseo S/63,050.00 S/65,572.00 S/68,194.88 S/72,968.52 S/78,076.32
 Traslado S/44,135.00 S/45,900.40 S/47,736.42 S/51,077.97 S/54,653.42
 TOTAL S/107,186.00 S/111,474.40 S/115,934.30 S/124,050.49 S/132,734.74

Egresos: Los Egresos de la Empresa "Dog Shower" comprenden los costos fijos y la proyección de costos por los servicios que ofrece.

Proyección de Costos:

La Empresa por cada servicio que ofrece tendrá un gasto de S/ 2.50. Gastos de gasolina y demás.

□ Tabla N° 36 Proyección de Costos

Tabla N° 36 Proyección de Costos

PRODUCTOS COSTO POR SERVICIO ENERO FEBRERO MARZO ABRIL

CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL		
Comisión por aseo S/	1.00	930	S/	930.00	945	S/	945.00	1000	S/	1,000.00	1115	S/	1,115.00
Traslado S/	1.50	930	S/	1,395.00	945	S/	1,417.50	1000	S/	1,500.00	1115	S/	1,672.50
TOTAL S/	2.50	1860	S/	2,325.00	1890	S/	2,362.50	2000	S/	2,500.00	2230	S/	2,787.50

PRODUCTOS COSTO POR SERVICIO MAYO JUNIO JULIO AGOSTO

CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL		
Comisión por aseo S/	1.00	1040	S/	1,040.00	1080	S/	1,080.00	1110	S/	1,110.00	1050	S/	1,050.00
Traslado S/	1.50	1040	S/	1,560.00	1080	S/	1,620.00	1110	S/	1,665.00	1050	S/	1,575.00
TOTAL S/	2.50	2080	S/	2,600.00	2160	S/	2,700.00	2220	S/	2,775.00	2100	S/	2,625.00

PRODUCTOS COSTO POR SERVICIO SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL	CAPACIDAD	COSTO	TOTAL		
Comisión por aseo S/	1.00	1050	S/	1,050.00	1060	S/	1,060.00	1080	S/	1,080.00	1150	S/	1,150.00
Traslado S/	1.50	1050	S/	1,575.00	1060	S/	1,590.00	1080	S/	1,620.00	1150	S/	1,725.00

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020) TOTAL S/

2.50	2100	S/	2,625.00	2120	S/	2,650.00	2160	S/	2,700.00	2300	S/	2,875.00
------	------	----	----------	------	----	----------	------	----	----------	------	----	----------

Costos Fijos:

Los costos fijos hacen referencia a costos que no cambiarán de valor, así los servicios aumenten o disminuyan, el monto total asciende a S/ 64,870.41 soles.

CONCEPTO

□ Tabla N° 37 Costos Fijos

Tabla N° 37 Costos Fijos IMPORTE TOTAL MENSUAL TOTAL ANUAL

Administrador S/	1,608.00	S/	1,608.00	S/	19,296.00
Asistente de Aplicaciones S/	1,108.00	S/	1,108.00	S/	13,296.00
Marketing S/	1,015.00	S/	1,015.00	S/	12,180.00
Teléfono e Internet S/	120.00	S/	120.00	S/	1,440.00
Alquiler S/	1,000.00	S/	1,000.00	S/	12,000.00
Artículos de Limpieza S/	60.00	S/	60.00	S/	720.00
Material de Oficina S/	50.00	S/	50.00	S/	600.00
Publicidad S/	30.00	S/	30.00	S/	360.00
contador S/	60.00	S/	60.00	S/	720.00
Otros(gastos Financieros) S/	354.87	S/	354.87	S/	4,258.41
TOTAL S/	5,405.87	S/	5,405.87	S/	64,870.41

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Deuda (cuadro de amortización)

La Empresa hará un financiamiento de S/ 10,000. Soles con una Entidad Bancaria, dicho préstamo será por 3 años a una tasa de interés del 18%.

CONCEPTO/AÑOS

□ Tabla N° 38 Cuadro de deuda

Tabla N° 38 Cuadro de deuda 1 2 3

Financiamiento S/	10,000.00		
Aporte Propio S/	20,188.36		
Amortización de Capital S/	2,799.24 S/	3,303.10 S/	3,897.66
Pago de Intereses S/	1,459.18 S/	955.31 S/	360.75
PAGO DE CUOTA S/	4,258.41 S/	4,258.41 S/	4,258.41

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

A continuación se muestra el cuadro de amortización del Préstamo Bancario.

□ Tabla N° 39 Cuadro de Amortización

Tabla N° 39 Cuadro de Amortización

N °	SALDO	CUOTA	AMORTIZACION	INTERES
18.00 ANUAL				
0 10,000.00 1.39 MENSUAL				
1	9,784.02	215.98	138.88	354.87
2	9,565.03	218.98	135.88	354.87
3	9,343.01	222.02	132.84	354.87
4	9,117.90	225.11	129.76	354.87
5	8,889.67	228.23	126.63	354.87
6	8,658.26	231.40	123.46	354.87
7	8,423.64	234.62	120.25	354.87
8	8,185.77	237.88	116.99	354.87
9	7,944.59	241.18	113.69	354.87
10	7,700.06	244.53	110.34	354.87
11	7,452.13	247.93	106.94	354.87
12	7,200.76	251.37	103.50	354.87
13	6,945.90	254.86	100.01	354.87
14	6,687.50	258.40	96.47	354.87
15	6,425.51	261.99	92.88	354.87
16	6,159.88	265.63	89.24	354.87
17	5,890.57	269.32	85.55	354.87
18	5,617.51	273.06	81.81	354.87
19	5,340.66	276.85	78.02	354.87
20	5,059.97	280.69	74.17	354.87
21	4,775.37	284.59	70.27	354.87
22	4,486.83	288.55	66.32	354.87
23	4,194.28	292.55	62.32	354.87
24	3,897.66	296.62	58.25	354.87
25	3,596.92	300.74	54.13	354.87
26	3,292.01	304.91	49.96	354.87
27	2,982.87	309.15	45.72	354.87
28	2,669.42	313.44	41.43	354.87
29	2,351.63	317.79	37.07	354.87
30	2,029.42	322.21	32.66	354.87
31	1,702.74	326.68	28.19	354.87
32	1,371.52	331.22	23.65	354.87
33	1,035.70	335.82	19.05	354.87
34	695.22	340.48	14.38	354.87
35	350.01	345.21	9.66	354.87
36	0.00	350.01	4.86	354.87
	10,000.00	2,775.24	12,775.24	

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

28
Documento de otro usuario
El documento proviene de otro grupo

Flujo de caja (económico y financiero)

El Flujo de caja

es un estado financiero que muestra las entradas de salida de dinero en tiempo real, dicho estado es necesario para proyectar ventas futuras y saber si existe un déficit de efectivo, con los indicadores económicos y financieros se pueden hallar los indicadores como: VAN, TIR, B/C.

CONCEPTO

□ Tabla N° 40 Flujo de Caja Proyectado

Tabla N° 40 Flujo de Caja Proyectado AÑOS

0	1	2	3	4	5
Inversión Fija Tangible S/.	4,920.00				
Inversión Fija Intangible S/.	2,272.99				
Capital de Trabajo S/.	22,995.37				
TOTAL DE INVERSIONES S/.	30,188.36				

Proyección de Ingresos	S/.	107,186.00	S/.	111,474.40	S/.	115,934.30	S/.	124,050.49	S/.	132,734.74
Costos Variables operativos	S/.	31,525.00	S/.	32,786.00	S/.	34,097.44	S/.	36,484.26	S/.	39,038.16
Mc(margen de contribución)	S/.	75,661.00	S/.	78,688.40	S/.	81,836.86	S/.	87,566.23	S/.	93,696.58
(-) Gastos Operativos										
Gastos de administración	S/.	34,056.00	S/.	34,056.00	S/.	34,056.00	S/.	34,056.00	S/.	34,056.00
Gastos de ventas	S/.	25,836.00	S/.	25,836.00	S/.	25,836.00	S/.	25,836.00	S/.	25,836.00
Gastos Operativos (contador)	S/.	720.00	S/.	720.00	S/.	720.00	S/.	720.00	S/.	720.00
Depreciación	S/.	450.00	S/.	450.00	S/.	450.00	S/.	450.00	S/.	450.00
Impuesto a la Renta (10%)	S/.	1,313.98	S/.	1,667.11	S/.	2,041.41	S/.	2,650.42	S/.	3,263.46
Flujo de caja económico -S/.		30,188.36	S/.	13,285.02	S/.	15,959.29	S/.	18,733.45	S/.	23,853.80
Capital financiado(préstamo) S/.		10,000.00								
Gastos financieros (A + I)	S/.	4,258.41	S/.	4,258.41	S/.	4,258.41	S/.	4,258.41	S/.	4,258.41
Flujo de caja Financiero -S/.		20,188.36	S/.	9,026.60	S/.	11,700.88	S/.	14,475.03	S/.	23,853.80
			S/.	29,371.12						

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Tasa de Descuento:

La tasa de descuento o costo de oportunidad a utilizar será de 20,82%.

□ Tabla N° 41 Tasa de Descuento

Tabla N° 41 Tasa de Descuento

A	B	C	D	E	
Importe Estructura	A/Total Costo Anual	Costo de Capital	D(1-t)		
Préstamo Bancario	10,000.00	33%	16%	5.30%	4.77%
Capital Propio	20,188.36	67%	24%	16.05%	16.05%
Total Aportado	30,188.36	100%	21.35%	20.82%	

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)

VANE: El indicador mide la viabilidad del proyecto, si el resultado es mayor a 0, indica que el proyecto es rentable, en este caso se tiene un VANE de S/ 24,965.14.

□ Tabla N° 42 Valor actual neto económico

Tabla N° 42 Valor actual neto económico

VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO

AÑOS FLUJOS NETOS

0 -30188.36

1 13285.02

2 15959.29

3 18733.45

4 23853.80

5 29371.12

T.D. 20.82%

BNP 55153.50

VANE 24965.14

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

VANF: A nivel financiero el resultado sigue siendo mayor a 0, lo cual reafirma el proyecto como rentable.

□ Tabla N° 43 Valor actual neto financiero

Tabla N° 43 Valor actual neto financiero

VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO

AÑOS FLUJOS NETOS

0 -20188.36

1 9026.60

2 11700.88

3 14475.03

4 23853.80

5 29371.12

T.D. 20.82%

BNP 46297.14

VANF 26108.79

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

TIRE: Si el TIR, es mayor a la Tasa de Descuento (20.82%) se reafirma el proyecto como rentable, el TIRE es de 50%.

□ Tabla N° 44 Tasa Interna de Retorno Económica

Tabla N° 44 Tasa Interna de Retorno Económica

TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICA

AÑOS FLUJOS NETOS

0 -30188.36
1 13285.02
2 15959.29
3 18733.45
4 23853.80
5 29371.12

TIR 50%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

TIRF: A nivel financiero se tiene una TIRE del 60%, lo cual reafirma el proyecto.

□ Tabla N° 45 Tasa Interna de Retorno Financiera

Tabla N° 45 Tasa Interna de Retorno Financiera

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA

AÑOS FLUJOS NETOS

0 -20188.36
1 9026.60
2 11700.88
3 14475.03
4 23853.80
5 29371.12

TIR 60%

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

B/C: El resultado indica que por cada sol de Inversión, la Empresa obtiene S/ 0.83 soles de ganancia.

□ Tabla N° 46 Relación Beneficio / Costo

Tabla N° 46 Relación Beneficio / Costo

B/C BNP/INV

B/C= 1.83

□ Fuente: Elaboración Propia (2020)

Fuente: Elaboración Propia (2020)

□

CONCLUSIONES

Al concluir la Evaluación del Proyecto "Dog Shower", se alcanzó las siguientes conclusiones:

Primera Conclusión: Al realizar el presente estudio de mercado se comprobó la aceptación del traslado de canes en el Distrito de Ica, ya que aún no existe una oferta con un concepto igual.

Segunda Conclusión: "Dog Shower" quiere posicionar su marca de manera rápida en la mente del público objetivo, ante ello se proporcionarían estrategias por las redes sociales, con la manera de hacer partícipe al cliente.

Tercera Conclusión: La diferenciación de "Dog Shower" es brindar un servicio único y diferenciado, contando con colaboradores comprometidos con su labor.

Cuarta Conclusión: A los colaboradores de la Empresa se les brindará su pago correspondiente y beneficios de Ley, serán debidamente capacitados para que realicen su labor de manera óptima.

Quinta Conclusión: En lo Financiero, el proyecto resulta viable a ejecutarse, ya que los resultados como el VAN, TIR y B/C fueron positivos.

□

RECOMENDACIONES

Primera Recomendación: Se propone que el presente proyecto de Negocio "Dog Shower" se ponga en marcha en el Distrito de Ica.

Segunda Recomendación: Buscar más intermediarios para el traslado de canes.

Tercera Recomendación: Expandirse hacia otros distritos más poblados (Parcona, Tinguíña), con el objetivo de tener más acogida en el mercado.

Cuarta Recomendación: No solo hacer el traslado de canes, más adelante intentar llevar otras mascotas.

Quinta Recomendación: Para el siguiente año obtener una Rentabilidad del 50%.

□

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABC Sociedad (2017). Mascotas, una parte fundamental de la Sociedad. Recuperado de https://www.abc.es/sociedad/abci-mascotas-parte-fundamental-sociedad-201603022058_noticia.html

App Loading (2019). Apps Medio Ambiente. Recuperado de <https://aploading.com/apps-medio-ambiente-la-tecnologia-movil-a-disposicion-de-la-naturaleza/>

Agencia EFE (2020) Tasa de Desempleo. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-desempleo-en-peru-sube-a-8-entre-abril-y-junio-marcado-por-confinamiento/20000011-4320318#:~:text=productivas%20del%20pa%C3%ADs,-La%20cifra%20representa%20m%C3%A1s%20del%20doble%20que%20la%20reportada%20en,situ%C3%B3%20en%203%2C6%20%25.>

Another Way (2020) Respiro al medio ambiente. Recuperado de <https://www.anotherwayff.com/covid-19-un-respiro-al-planeta-tierra/>

Banco Mundial (2020). Perú Panorama General. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Diario Correo (2020). Pasos para Constituir una Empresa. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/>

Diario La República (2019) Economía Peruana. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/2019/12/10/el-riesgo-politico-para-la-inversion-augusto-alvarez-rodrich/>

Diario RPP Noticias (2017). Ley para animales Domésticos. Recuperado de <https://rpp.pe/peru/lima/reportaje-la-ley-no-alcanza-para-proteger-a-los-animales-domestico-del-maltrato-noticia-1072019>

INEI (2018) Estadística de la Tecnología. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n02_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2018.pdf

Perú 21 (2017). Gastos de los peruanos en sus mascotas. Recuperado de <https://peru21.pe/vida/invierte-peruano-cuidado-mascota-237945-noticia/>

Portal Web Sunat (2019) Beneficios del Régimen Mype. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

Rap Travel (2017). Geografía y Clima de Ica. Recuperado de <https://www.raptravel.org/informacion-ica29-departamento-de-ica-informacion-util-geografia-clima-ica.php>

□

ANEXOS

¿Tiene mascotas en su hogar?

a) Sí b) No

¿Qué tipo de mascota tiene?

a) Perro b) Gato c) Otros

¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra tu perro?

a) Cachorro b) Adulto

¿Lleva a la Veterinaria a su perro para su aseo correspondiente?

a) Sí b) No

¿Cuántas veces al mes lleva su perro a la Veterinaria?

a) 1 b) 2 c) 3 d) 4

¿Cuál es el gasto promedio mensual que realiza en su perro?

S/. 20.00 – S/. 25.00 b) S/. 25.00 – S/. 40.00 c) S/. 40.00 – S/. 65.00

¿Le gustaría contar con un app para ver que veterinarias están más cercas y el costo por aseo del can?

a) Sí b) No