

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**

**ÁREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROYECTO DE GRADO**

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL PESHOP PATITAS EN LA CIUDAD  
DE COBIJA.**

**Postulante:** NELVA FUENTES MUÑOZ

**Tutora:** Lic. Daniela Apaza Nakashima

**Cobija - Pando - Bolivia**

**2024**

## **Agradecimiento**

A Dios, por su presencia en mi vida a lo largo de este proceso, por permitirme alcanzar este logro y darme la fuerza y la sabiduría para superar obstáculos y alcanzar mis metas.

A mi querida madre, Sra. Nelvy Pura Muñoz Rivarola (+) quien me dio la vida y me enseñó a vivirla con propósito quien siempre me apoyó y me enseñó el valor de la perseverancia.

A mi familia por su amor, su comprensión y apoyo incondicional ha sido fundamental para alcanzar este logro.

A la Universidad, por brindarme la oportunidad de crecer profesionalmente su influencia ha sido clave en mi desarrollo personal y profesional.

A mis docentes, por su dedicación, apoyo y orientación en mi formación sus influencias en mi vida han sido invaluable y les estaré siempre agradecido.

## **Dedicatoria**

Dedicado a quienes siempre han sido mi inspiración para crecer como persona y la razón por la que me esfuerzo cada día. A mi madre, Sra. Nelvy Pura Muñoz Rivarola (+), cuyo ejemplo de fortaleza y valentía frente a las adversidades ha sido mi mayor lección de vida. Aunque ya no esté conmigo, su amor y legado seguirán por siempre en mi corazón.

A mis hijos, Enzo Mirlo y Matheus Michel Rodríguez Fuentes, quienes son mi motor constante y el impulso que me motiva a no rendirme hasta alcanzar cada una de mis metas.

## Índice

<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>1</b>
<b>ANTECEDENTES</b>	<b>1</b>
<b>Descripción del problema</b>	<b>2</b>
<b>Formulación del problema</b>	<b>3</b>
<b>Justificación</b>	<b>3</b>
<b>Objetivos</b>	<b>4</b>
Objetivos específicos	4
<b>Marco conceptual</b>	<b>5</b>
Modelo de negocio	5
Plan de negocio	5
Tipos de marketing	6
Estrategias corporativas	7
Redes Sociales	8
Nichos de mercado	8
<b>Metodología</b>	<b>9</b>
Tipo de investigación	9
Enfoque de investigación	9
Método	9
Población	9
Muestra	10
Técnicas e instrumentos de investigación	10
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>12</b>
<b>1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO</b>	<b>12</b>
1.1. Naturaleza de la empresa	12
1.2. Concepto de negocio	12
1.3. El producto y su generación de valor.	13
1.4. Misión	13
1.5. Visión	13
1.6. Valores y claves de gestión	13
1.7. Estrategia competitiva	14
<b>2. MERCADO</b>	<b>15</b>
2.1. Producto Mercadotécnico	15

2.2. Consumidor específico	17
2.3. Potencial de mercado	17
2.4. La competencia	18
2.4.1 Barrera de entrada y salida al mercado	19
2.7 Potencial de ventas	22
2.8 Pronóstico de ventas	23
2.9 El cliente objetivo (comportamiento del consumidor)	28
2.10 Análisis FODA	30
2.11 Estrategia de marketing	30
<b>3. OPERACIONES (PRODUCCIÓN)</b>	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>50</b>
<b>4. FINANZAS</b>	<b>50</b>
4.1 Presupuesto de inversión	50
4.2 Presupuesto de operaciones	55
4.3 Financiamiento	58
4.4 Punto de equilibrio	59
4.5 Cash flow (flujo de caja)	59
4.6 Evaluación financiera	60
<b>5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS</b>	<b>63</b>
5.1. Supuestos	63
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>70</b>
<b>6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL</b>	<b>70</b>
6.1. Personería Jurídica	70
6.2. Registro Legal	70
6.3. Organización empresarial	73
6.4. Personal	73
6.5. Procedimientos técnicos – administrativos	75
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>76</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>76</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>77</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	

## Índice de figuras

Figura 1. Bañado de la mascota	15
Figura 2. Experiencia recreativa	16
Figura 3. Atención Veterinaria	17
Figura 4. Modelo de negocio Canva	21
Figura 5. Necesidad de una tienda para mascotas en la ciudad de Cobija	23
Figura 6. Precio que pagaría por servicios para su mascota	23
Figura 7. Cuenta con una mascota en su hogar.	24
Figura 8. Edad de los encuestados	25
Figura 9. Tipo de mascota.	25
Figura 10. Frecuencia de compra en una tienda para mascota.	26
Figura 11. Gasto promedio en una tienda para mascota	26
Figura 12. Razones por la que eligen una tienda para mascotas.	27
Figura13. Servicios que requieren con mayor frecuencia.	28
Figura 14. Donde a realiza limpieza de su mascota	29
Figura 15. . Ubicación de referencia de la tienda para Mascotas	29
Figura 16. Slogan del Petshop Patitas	31
Figura 17. Flujo del proceso de operación del servicio	35
Figura 18. Flujo de atención al cliente	37
Figura 19 Estructura organizacional	40
Figura 20 Macro localización de Petshop Patitas	50

## Índice de tablas

Tabla 1. Mercado Competidor	19
Tabla 2. Preferencia y frecuencia de uso según servicios	29
Tabla 3. Lista de puestos del personal que se requiere	38
Tabla 4. Cargo y funciones del Gerente General	40
Tabla 5. Cargo y funciones del cajero	40
Tabla 6. Cargo y funciones del médico veterinario	41
Tabla 7. Cargo y funciones del operario	41
Tabla 8. Cargo y funciones del chofer	42
Tabla 9. Cargo y funciones del personal de limpieza	43
Tabla 10. Descripción de la bañera	43
Tabla 11. Descripción de secadores y sopletes	44
Tabla 12. Descripción de la hamaca para mascotas	44
Tabla 13. Descripción de la computadora	44
Tabla 14. Descripción de la impresora	45
Tabla 15. Descripción del televisor	45
Tabla 16. Descripción de la Cámara de Vigilancia	45
Tabla 17. Cantidad de los muebles y enseres	46
Tabla 18. Cantidad de las herramientas	46
Tabla 19. Cantidad de insumos	47
Tabla 20. Distribución de planta.	49
Tabla 21. Alquiler de ambientes	50
Tabla 22. Máquinas y equipos	50
Tabla 23. Muebles y Enseres	51
Tabla 24. Herramientas	51
Tabla 25. Herramientas	52
Tabla 26. Material de limpieza	52
Tabla 27. Material de escritorio	53
Tabla 28. Servicios básicos y publicitarios	53
Tabla 29. Insumos para el servicio de spa	54

Tabla 30. Personal	54
Tabla 31. Inversión	55
Tabla 32. Detalle de gastos servicios básicos y alquiler	55
Tabla 33. Detalle de gastos de servicios publicitarios	56
Tabla 34. Detalle de gastos de material de limpieza y escritorio	56
Tabla 35. Detalle de gastos de insumos para el servicio de Spa	57
Tabla 36. Otros gastos	57
Tabla 37. Total, salario anual	58
Tabla 38. Total de presupuesto de operación	58
Tabla 39. Financiamiento	58
Tabla 40. Punto de equilibrio	59
Tabla 41. Flujo de caja	59
Tabla 42. Valor actual neto	61
Tabla 43. Tasa interna de retorno	61
Tabla 44. Tasa de interés de retorno y valor actual neto	61
Tabla 45. Detalles de ingresos mensual y anual	63
Tabla 46. Detalle de inversión, costo de operación y proyección de ventas	65
Tabla 47. Detalle de ventas escenario optimista	65
Tabla 48. Estado de Resultados	65
Tabla 49. Detalles de ingresos mensual y anual	67
Tabla 50. Detalle de inversión, costo de operación y proyección de ventas.	67
Tabla 51. Detalle de ventas escenario neutro	68
Tabla 52. Detalles de ingresos mensual y anual	68
Tabla 53. Detalle de inversión, costo de operación y proyección de ventas.	68
Tabla 54. Detalle de ventas escenario pesimista	69
Tabla 55. Gerente General	73
Tabla 56. Cajero	74
Tabla 57. Médico veterinario	74
Tabla 58. Operario	74
Tabla 59. Chofer	75
Tabla 60. Personal de limpieza	75

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios está enfocado en brindar el servicio de un Petshop denominado PATITAS en la ciudad de Cobija, departamento Pando - Bolivia, con la finalidad de ofrecer servicios veterinarios, tradicionales y servicios personalizados e innovadores. Contando con toda la infraestructura y equipos necesarios para poner en marcha el negocio, dentro de la investigación se procedió a aplicar la técnica de la encuesta para analizar el estudio de mercado y a la vez dar respuesta al siguiente problema formulado ¿Qué elementos legales, administrativos y financieros son los necesarios para elaborar el Plan de Negocios para el Petshop Patitas en la ciudad de Cobija?, aplicando toda la información recolectada a través de las encuestas realizadas revelando que el 100% del público objetivo indica que, si es necesario contar con este tipo de emprendimientos que no cuenta en la ciudad de Cobija. Con el objetivo de determinar los factores administrativos y financieros para la creación del Petshop Patitas en la ciudad de Cobija, a través de los datos económicos realizados, se logró determinar que el plan de negocios es viable, para el cual se requiere una inversión inicial de Bs. 438.000, de los cuales el 70% será financiado con recursos propios y el 30% será financiado por un préstamo bancario. En los primeros 5 años la tasa interna de retorno es del 18% siendo superior a cualquier opción financiera del mercado, su valor actual de flujos proyectados a 5 años es de Bs. 501.600, mayor al financiamiento bancario de Bs. 131.089, mostrando flujos positivos desde el primer año, lo que permite recuperar la inversión inicial, por lo que se lo estima de manera atractiva.

*Palabras claves:* Plan de Negocio, PetShop, mascotas

## **ABSTRAC**

This business plan is focused on providing the service of a Petshop called PATITAS in the city of Cobija, Pando department - Bolivia, with the purpose of offering traditional veterinary services and personalized and innovative services.

Having all the infrastructure and equipment necessary to start the business, within the research we proceeded to apply the survey technique to analyze the market study and at the same time respond to the following problem formulated: What legal, administrative and financial resources are necessary to prepare the Business Plan for Petshop Patitas in the city of Cobija?, applying all the information collected through the surveys carried out, revealing that 100% of the target audience indicates that, if it is necessary to have this type of ventures that do not count in the city of Cobija.

In order to determine the administrative and financial factors for the creation of Petshop Patitas in the city of Cobija, based on the collected economic data, it was determined that the business plan is viable, requiring an initial investment of Bs. 438,000, of which 70% will be financed with the company's own resources and 30% will be financed by a bank loan.

In the first 5 years, the internal rate of return is 18%, higher than any other financial option on the market. Its present value of projected cash flows over 5 years is Bs. 501600, higher than bank financing of Bs. 131,400. It shows positive cash flows from the first year, allowing for a recovery of the initial investment, making it an attractive prospect.

*Keywords:* Business Plan, PetShop, pets

## CAPÍTULO 1

### ANTECEDENTES

Al pasar de los años, las generaciones van evolucionando, la cultura se va viendo envuelta en el consumismo y en el apalancamiento de los países en desarrollo por los países desarrollados. En los tiempos más recientes, la tecnología ha sido el sector con mayor crecimiento y mayor impacto por su evolución mediante los celulares, las oportunidades de comunicación, los medios sociales, entre otros. Las redes sociales, las páginas de internet y los medios de comunicación se han convertido en el canal perfecto para la comercialización y venta de toda clase de productos y servicios. Esta es una forma sencilla, económica, invasiva y directa para llegar al consumidor final, una forma que elimina intermediaciones, comisiones y costos de distribución, los cuales, al final del proceso, se veían reflejados en el precio de venta de los servicios y era el cliente quien los asumía. (Moreno, 2024)

Así como la tecnología avanza cada vez con más fuerza, existe actualmente una tendencia que ha presentado grandes crecimientos, llamada: “Humanización de la mascota”. Esta busca que los humanos consideren a las mascotas como un miembro más de la familia, con un trato de cuidados y gustos similares a los de una persona.

La tenencia de mascotas pasó de ser racional a emocional, el animal ya no es visto como un perro guardián, ahora los animales domésticos pasaron a formar parte de la familia, con obligaciones y derechos. Este nuevo comportamiento hace que los dueños se preocupen más por su bienestar, aseo y salud.

En un mundo cada vez más ocupado, los dueños de mascotas se enfrentan a desafíos para brindarles el cuidado y la atención que merecen. Es por eso que el presente modelo de negocio es único, ofreciendo servicios en un solo lugar.

La idea de negocio surge porque en la ciudad de Cobija, no existe un lugar donde se ofrezcan servicios veterinarios tradicionales y servicios personalizados e innovadores; Petshop Patitas, con el afán de responder a esta nueva tendencia pretende ofrecer a la ciudadanía, servicios de peluquería, baño, spa, servicios estéticos, guardería, paseos y servicios médicos veterinarios tradicionales, además incluirá servicios diferenciadores e innovadores, los cuales incluyen:

adiestramiento, servicio a domicilio, espacio de recreación y relajamiento para su mascota, servicio de transporte puerta a puerta.

Con este nuevo portafolio de servicios, se pretende establecer una diferenciación en el mercado y dar un servicio de óptima calidad a los clientes, a quienes se preocupen del cuidado de sus mascotas, ofreciéndole, tranquilidad, seguridad, ahorro de tiempo y calidad de servicio.

### **Descripción del problema**

El objeto de estudio del presente proyecto de plan de negocio es la creación de una empresa dedicada a ofrecer servicios para mascotas, como es el Spa para mascotas, experiencias recreativas y atención veterinaria, (Petshop) en la ciudad de Cobija, garantizando la satisfacción de los clientes.

El Origen del problema se debe a la inexistencia de lugares o tiendas disponibles, donde se cubran todas las necesidades del cliente que posee una mascota y que integre diferentes servicios con calidad y con precios accesibles.

Entre las principales causas, se puede mencionar la falta de inversión en nuestro Departamento, en especial en la ciudad de Cobija, debido a la crisis económica que atraviesa nuestro país.

Los efectos del problema se reflejan en una limitada diversidad de opciones para las personas que quieren y les gusta consentir a sus peludos, en especial a los perros y gatos, ya que son más que animales a los que simplemente se tienen que alimentar; por ello se les debe poner empeño y dedicación en aspectos esenciales como la salud e higiene. Así mismo, sirven de compañía en todos los ámbitos, en el que se han convertido en objeto de cariño.

Petshop Patitas, siendo una nueva idea de negocio en el mercado, enfrentará grandes desafíos organizacionales significativos, debido a la falta de conocimiento de los aspectos legales, administrativos y financieros para la apertura del petshop. La necesidad del Plan de Negocios es muy importante para determinar el análisis económico-financiero que permita ofrecer todos los servicios para las mascotas en un solo lugar.

Teniendo en cuenta esta información se considera que la falta de un mercado que ofrezca un espacio ideal para debutar como una empresa líder, con servicios de calidad hacia las mascotas,

fuera de lo común, razón por la cual se decide crear Petshop Patitas con la cual se quiere brindar una opción diferente con una gran gama de servicios con los que el cliente se sienta satisfecho.

### **Formulación del problema**

¿De qué manera la elaboración de una propuesta de un plan de negocio contribuirá a evaluar la factibilidad para la implementación del PetShop Patitas en la ciudad durante la gestión 2024?

### **Justificación**

La presente investigación para la implementación del Plan de Negocios, se realizó con el propósito de contribuir a resolver problemas inherentes a la falta de servicios para las mascotas en la ciudad de Cobija.

Se eligió esta idea de negocio porque se ofrecerán servicios innovadores, únicos y poco común en la región, todo en un mismo lugar, también por el hecho de ver que existen cierta cantidad de personas que tiene mascotas y desean brindarles los mejores productos y servicios y los cuales están dispuestos a gastar dinero en artículos de calidad para sus compañeros peludos. El cuidado de las mascotas se ha convertido en una tendencia en aumento en los últimos años, cada vez más personas consideran a sus mascotas como un miembro más de su familia incluso como sus hijos y están dispuestos a invertir en su bienestar y felicidad. Nos basamos en la realidad y las experiencias que han tenido las personas que tienen mascotas. Esta idea de negocio abarca todo lo relacionado con el bienestar y felicidad de las mascotas y sus dueños, lo cual les permitirá vivir una experiencia excepcional y les dará seguridad de dejar en buenas manos a sus mascotas.

En el mercado actual existen centros veterinarios destinados a la atención de los animales, sin embargo, estos negocios en su gran mayoría han centrado su atención en la prestación de servicio de salud solo en los casos que lo requieren, lo que abre una brecha para apuntarle a la oferta de servicios y llegar directamente a todas las personas que tienen bajo su cargo una mascota.

La situación descrita anteriormente plantea una oportunidad de negocio que es potencialmente exitosa en la medida que se construya a partir de un estudio riguroso sobre las condiciones técnicas, administrativas y financieras que permitirán implementar una tienda de mascotas que

tenga como mercado objetivo a la ciudad de Cobija que están insatisfechos en relación con el acceso a productos para sus mascotas.

La propuesta de este modelo de negocio Petshop Patitas, tienen como objetivo beneficiar a la población de la ciudad de Cobija, y sus lugares aledaños, con una diferenciación en el mercado, brindando un servicio de óptima calidad a todos los clientes, a quienes se preocupen del cuidado de sus mascotas, ofreciéndoles tranquilidad, seguridad y ahorro de tiempo y calidad de servicio.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar un Plan de Negocios que permita evaluar la factibilidad para la implementación del PetShop Patitas, en la Ciudad de Cobija durante la gestión 2024.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para la apertura de un PetShop Patitas donde se identifique la oferta y la demanda existente.
- Determinar, los aspectos, legales y administrativos necesarios para la apertura y operatividad del Petshop Patitas.
- Realizar el análisis económico financiero para conocer la rentabilidad o sostenibilidad del Petshop.

## **Marco conceptual**

### **Modelo de negocio**

En los últimos años, el concepto de modelo de negocio está pisando fuerte en el mundo académico y en el de la gestión empresarial.

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para la creación, comercialización y entrega de ese valor y el capital relacionado, para generar flujos de ingresos rentables y sostenibles. (Aldaz, 2022, p. 36, cita a Osterwalder, Morris y Magretta, 2005).

### **Plan de negocio**

Las bases teóricas que sustentan esta investigación desarrollada sobre un plan de negocios, enfocado en el Marketing Relacional, más allá de una transacción es pensar en el cliente, en crear un vínculo y mantener la relación por un tiempo no determinado, luego pensar en el servicio prestado que conlleva a los tiempos de respuesta y en la atención personalizada, lo cual llevará a diseñar las estrategias de crecimiento corporativo que permitan el posicionamiento en el mercado.

Muchos autores han definido el plan de negocios de la siguiente manera:

- Longenecker, (2011), lo define como “Un plan de negocios es un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio y determina también los aspectos que tienen que ver con sus inicios”. (p. 45)
- Según Fleitman, (2000) un plan de negocios se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (citado en Martínez, 2014, p. 15)

## Tipos de marketing

Trabajar con marketing es tener que nunca quedarse parado, puesto que siempre habrá contenidos nuevos para leer, una percepción nueva para entender, una estrategia nueva para practicar e implementar. “¿Sabes por qué? Porque el marketing acompaña los cambios de comportamiento de la sociedad y necesita siempre estar adaptándose. Es por eso que existen tantos tipos de marketing, que sirven para las diferentes situaciones, necesidades, canales, empresas y consumidores” (Espinoza y Murillo, 2018, p 12-14)

- a) **Marketing estratégico:** Su labor es pensar en las “circunstancias futuras y como afectaran los cambios con el paso del tiempo para poder establecer una estrategia, un plan que consiga dirigir la empresa y orientarla a largo plazo para obtener los máximos beneficios” Con esto se lo que se quiere es que logre permanecer bien posicionada en el futuro.
- b) **Marketing operativo:** En este caso se “dedica a la gestión que afectará a corto y medio plazo. Por lo tanto, estudia la situación actual y pone en marcha las herramientas y actividades necesarias para conseguir resultados rápidos”. Es el responsable de gestionar y ejecutar el desarrollo de las operaciones del marketing mix.
- c) **Marketing mix:** toma como referencia a las denominadas 4 “P” del marketing, cuatro variables que la empresa puede combinar según sus objetivos o resultados que espere. Según Gómez, cita a Espinoza y Murillo se trata que:
  - ✓ **El Producto** es el elemento que los consumidores solicitan para satisfacer sus necesidades.
  - ✓ **El Precio** es el recurso que el consumidor está dispuesto a pagar para obtener el producto.
  - ✓ **La distribución** (Place) es el recorrido necesario que el producto realiza hasta que llegue al consumidor.

- ✓ **La Publicidad** es la promoción del producto y la empresa para que el consumidor reconozca y confíe en el negocio, sobre todo que despierte su deseo por el objeto (2018, p. 14).

Tomando en cuenta estos factores la empresa podrá dirigir su rubro en el mercado y elaborar la estrategia que considere adecuada, es decir, esto abre la posibilidad de elaborar sus propias técnicas para conquistar y expandirse en el mercado.

- d) **Marketing directo:** esta forma de hacer marketing “Consiste en una comunicación personalizada con cada cliente que crea una fidelidad con la que mantener esta relación a lo largo del tiempo” entre los más comunes están los folletos y reparto a domicilios y lugares de trabajo o en campañas de entregas masivas, (que consiste en envío de información publicitaria sobre todo por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada).
- e) **Marketing relacional:** Aunque se puede agrupar dentro del marketing directo, “el de tipo relacional va más allá, ya que trata de identificar a los clientes más rentables y establecer una relación de “amistad” con ellos. Por lo que se puede entender como una mezcla entre el marketing y las relaciones públicas”
- f) **Marketing Digital:** El “marketing digital es la estrategia realizada en el ambiente online (en línea), que incluye: marketing de contenidos, redes sociales y de búsqueda” (Espinoza y Murillo, 2018, cita a Gomez, 2015). Esto indica que cada vez más, el marketing se vuelve más digital, ya que las personas pasaron de consumir contenidos los vehículos tradicionales como la televisión y la radio y entraron al consumismo del internet. Es un enfoque dirigido a todos los consumidores que hacen uso del internet, por lo que cada vez se encuentra más receptores.

### **Estrategias corporativas**

Son de gran importancia para la empresa ya que le ayuda a planificar las acciones de mejora que le permitirán un alto crecimiento a la empresa, además como lo afirma “la planificación

estratégica en todos los niveles es identificar los riesgos que se puedan evitar, así como identificar las oportunidades”. (Aldaz, 2022, cita a Mullins John, 2007)

### **Redes Sociales**

Merodio indica que: “Las empresas en estos días tienen la necesidad de estar presentes no solo en los medios convencionales de comunicación social, sino también contar con las nuevas tecnologías y desarrollar en ellas una misión comunicadora a través de medios propios” (2016, p. 56). Los medios como las redes sociales hacen que sea cada vez más importante para las empresas asegurarse de la exposición de la imagen de marca y su mensaje.

Es así, como se puede decir que el mundo actual es virtual, y es trascendental que las empresas estén a la vanguardia de los nuevos medios y las nuevas herramientas que le permitirán tener una relación directa con su público objetivo.

### **Nichos de mercado**

Para Chirinos “Un nicho de mercado es el término de mercadotecnia utilizado para referirse a la porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades semejantes, y donde estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado” (2011, p. 1).

## **Metodología**

### **Tipo de investigación**

El tipo de estudio en la presente investigación es descriptivo, ya que el objetivo del estudio establece caracterizar de manera precisa y sistemática las variables relevantes del entorno comercial, plasmados en el diagnóstico realizado. Además, permite identificar, cuantificar y analizar patrones de comportamiento, frecuencia de compra, tipos de productos preferidos y disposición de pago, elementos fundamentales para la toma de decisiones estratégicas, para la creación del petshop

### **Enfoque de investigación**

El proyecto de investigación se realizó bajo el enfoque de investigación cuantitativo. Optando por la primera línea específica de investigación: Administración, y comportamiento organizacional, pequeñas - medianas empresas y desarrollo de franquicias. Con criterio en gestión de mercadeo.

### **Método**

Los métodos son aquellos procedimientos que se utiliza para obtener un fin predeterminado en consecuencia el estudio parte de un método Inductivo-deductivo: Este método se basa en la inferencia y permite el estudio de hechos particulares, sin embargo, es deductivo en un sentido e inductivo en el sentido contrario.

Es decir, se basa en el estudio de mercado que se realizó (como hecho particular) para la toma de decisiones y la implementación en el plan de negocio, como resultado del proceso investigativo.

### **Población**

En el contexto de la presente investigación, se considera como población o universo de estudio a la ciudad de Cobija.

La población la constituyen todos los habitantes empadronados de la ciudad de Cobija, la cual según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) en el censo del año 2012 proyectados al

año 2022 se tiene una población total de 46.267 habitantes, dato que se utilizara para determinar la muestra de los consumidores finales

## Muestra

Utilizando el muestreo probabilístico estratificado aleatorio simple ya que cada miembro de la población tuvo la misma e independiente probabilidad de ser elegido. Para ello se recurrió a la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * Q * P}$$

Datos a considerar:

N = Población . 46.267

Z = Intervalo de confianza para el 95% =  $\pm 1.96$

P = Probabilidad de éxito 50%

Q = Probabilidad de fracaso 50%

e = Margen de error 5%

n = muestra

$$n = \frac{(\pm 1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 46.267}{(0.05)^2 * (44.435 - 1) + (\pm 1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{44.435}{117} \text{ ---} > n = 378$$

## Técnicas e instrumentos de investigación

### Técnica de la Encuesta

La Encuesta fue la técnica elegida para el levantamiento de la información, la misma fue dirigida a la población que reside en la Ciudad de Cobija de manera virtual, lo cual permitió de manera

más ágil y con la misma profundidad que la aplicación de una encuesta física, alcanzar el total de la muestra y conocer la percepción de los encuestados.

El instrumento que se empleó fue el cuestionario, el cual dio la posibilidad de profundizar algunos aspectos de importancia en el desarrollo del diálogo, el cual permitió recoger información sobre los servicios que requiere la población para sus mascotas dentro de la ciudad de Cobija.

Según Foddy (1994). El cuestionario es una herramienta que se utiliza para obtener información de los encuestados y puede ser una combinación de preguntas cerradas y abiertas deben ser coherentes, organizadas, secuenciales y estructuradas según un plan específico para ofrecer toda la información necesaria para realizar un análisis estadístico de las respuestas, pero no todos los cuestionarios están destinados para este fin.

### **Revisión Documental**

Para el presente plan de negocios se utilizó la técnica de revisión documental, la cual consiste en realizar revisiones documentales relacionadas con el objeto de estudio.

Para ello se utilizó el instrumento de la ficha de revisión bibliográfica que permitió realizar una investigación documental y de esa forma recopilar información existente sobre el tema de los servicios hacia las mascotas, a través de esta herramienta y de una investigación exhaustiva obtener información de diversas fuentes.

## CAPÍTULO 2

### 1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

#### 1.1. Naturaleza de la empresa

Hoy en día la preocupación por el bienestar de las mascotas ha ido creciendo significativamente, creando una atmosfera en la cual se ha tomado conciencia del cuidado y la tenencia responsable de los animales de compañía.

La naturaleza de la empresa está marcada por un profundo amor por las mascotas, por ello, es comprensible el vínculo que existe entre ellas y sus amos, esto lleva a ofrecer un servicio adecuado.

En ese sentido, se proyecta el Petshop patitas, el cual tiene como propósito ofrecer servicios para mascotas, a toda la población de Cobija, contando con las siguientes características

<b>Naturaleza de la empresa</b>	<b>Descripción</b>
Razón social	Tienda de servicios para mascotas
Forma jurídica	Empresa unipersonal
Tamaño	Microempresa
Rubro	Servicios

#### 1.2. Concepto de negocio.

La idea del proyecto a desarrollar surge a partir del gran crecimiento en los productos de mascotas.

Petshop Patitas será un espacio, en donde el propietario podrá adquirir todos los servicios necesarios para consentir a su mascota. Trae a tu mascota contigo y disfruten juntos de una experiencia única. Te ofrecemos los servicios de consulta médica veterinaria, exámenes con equipos de última generación, prevención y control de vacunas según edad de la mascota, peluquería y spa, servicio de hospedaje y guardería, recojo y entrega a domicilio programados con anticipación, y una membresía que permitirá acceder a descuentos, promociones, y regalos;

un espacio en donde puedan interactuar y contactarse con otros tenedores de mascotas para la reproducción de las mismas, compartir experiencias; y la búsqueda de nuevas mascotas mediante adopción y/o adquisición. Y para complementar la experiencia única, nos encargamos de celebrar el cumpleaños de tu mascota con decoración y catering incluido.

La empresa tendrá a la disponibilidad de sus clientes los siguientes servicios:

### **Servicios**

- Atención veterinaria: Salud integral
- Spa de mascotas: Peluquería y lavados de mascotas
- Experiencias recreativas: Guardería-paseos

### **1.3. El producto y su generación de valor.**

El PetShop tendrá como fin ofrecer servicio donde la población en general que tiene bajo su cuidado la tenencia de una mascota, encuentre disponibilidad de servicios garantizados para el cuidado integral de su animal a cargo, a su vez, la generación de valor está sujeta a ofrecer todos los servicios garantizados con calidez y calidad en el trato hacia sus mascotas, los mismos pueden ser realizados tanto en los ambientes de la empresa como en su propio domicilio si así lo requiere el cliente.

### **1.4. Misión**

*Ofrecer bienestar a las mascotas, con talento humano competente, comprometido y capacitado para entregar calidad y satisfacción tanto animal como a las familias de nuestros usuarios, garantizando una atención segura y humanizada; generando un impacto social positivo.*

### **1.5. Visión**

*Ser el PetShop principal y reconocido como líder en nuestra ciudad por ofrecer una experiencia excepcional para los dueños de mascotas, además de los servicios con innovación, calidad de los productos y calidez en la atención en el mercado local de la ciudad de Cobija.*

### **1.6. Valores y claves de gestión.**

Malagón & Oliva, (2012), indican “¿Qué vende un negocio para mascotas? No son los juguetes, comida, servicios funerarios, de hotel, de salud, de belleza o entretenimiento; lo que realmente

vende es la posibilidad que los clientes que tienen un acercamiento a este mercado, sientan que su mascota (perro gato, conejo, pájaro, pez, etc), obtenga un bienestar y los compradores se sientan complacidos y seguros (con los productos y servicios que adquiere”). Siguiendo estos lineamientos, el petshop patitas, busca generar en sus clientes un sentido de satisfacción con el trato hacia sus mascotas, además de encontrar en un solo lugar una integralidad de servicios que las mascotas requieren. Esa satisfacción por haber resuelto de manera satisfactoria su necesidad permitirá que vuelva o recomiende el negocio a otros y sobre todo si percibe que la cantidad de beneficios recibidos es superior a la que paga (VALOR). Incluso estará dispuesto a pagar más.

### **1.7. Estrategia competitiva**

Para lograr la diferencia con la competencia directa e indirecta se plantea la siguiente estrategia:

- ✓ La atención será realizada por personas profesionales y especializadas en la atención, el cuidado y trato hacia las mascotas
- ✓ El petshop contará con espacios propios donde se ofrecerá todos los servicios, sin embargo, también habrá la posibilidad de trasladar la experiencia de servicios donde el cliente lo requiere.
- ✓ El área de mercadotecnia también desarrolla planes de publicidad y marketing a través de redes sociales.
- ✓ En la etapa introductoria al mercado la diferenciación se plantea con el precio generando ofertas competitivas, así como planes de fidelidad haciendo frecuentes a los clientes.

## 2. MERCADO

### 2.1. Producto Mercadotécnico

La idea del negocio es generar un impacto en la comunidad Cobijeña y con ello posicionar el nombre del Petshop Patitas como aquella donde se puedan encontrar todos los servicios que su mascota requiere.

Las mascotas han vivido y se han acostumbrado al cambio de la condición moderna. Estos cambios han causado una cercanía y permanente relación hombre - mascota, lo cual ha mejorado la observación de todo lo que les suceda.

Los servicios consistirán en ofrecer:

- *Spa de mascotas: Peluquería y lavados de mascotas:* El Petshop contará con un espacio exclusivo para el área de spa, el cual será acondicionado para brindar lavados y baños de espuma con shampoos especializados en cada tipo de pelaje y piel de sus mascotas, secado y cortes de pelo para sus mascotas a gusto del cliente.



*Figura 1.* Bañado de la mascota

Fuente: <https://depositphotos.com/es/photos/perro-ba%C3%B1andose.html>

- *Experiencias recreativas: Guardería-paseos:* Las experiencias recreativas incluyen el servicio de guardería –sobre todo- cuando el cliente tiene que salir de su domicilio y no cuenta con un lugar o responsable para brindar una atención adecuada, para ello, se contará con espacios acondicionados para que el animal pueda pernoctar en ambientes apropiados y a su comodidad.

Cuando se ofrece los servicios hay que tener en cuenta que una mascota es un ser vivo, no un juguete o algún tipo de artículo de moda. Por lo tanto, desde que la mascota ingresa a la guardería, el petshop será el responsable de sus cuidados y educación, de la higiene, alimentación y cualquier tipo de problema que pueda tener la mascota en el ambiente.

Por otro lado, el servicio de paseo estará disponible para todos aquellos propietarios que por lo general no disponen de tiempo suficiente para sacar a sus animalitos a pasear.



Figura 2. Experiencia recreativa

Fuente: [Pinterest \(2019\)](#)

- *Atención veterinaria: salud integral:* En cuanto a la atención veterinaria, cabe señalar que, será responsabilidad de un profesional con experiencia que brindará atención de primera a su mascota las 24 horas, siendo este reconocido como el principal servicio ofertado, por la demanda existente en el mercado de Cobija.

Cabe resaltar que, todos los servicios tienen la característica de ser realizados en instalaciones propias, sin embargo, adicionalmente todos ellos sin excepción, también pueden ser realizados en el domicilio o donde el cliente lo requiera.

Para mayor satisfacción de los clientes se garantizará la innovación y calidad constante de todos y cada uno de los servicios y productos con el fin de no solo ser una tienda más, sino que se quede en el corazón de cada una de las familias que habitan en la ciudad de Cobija.



*Figura 3. Atención Veterinaria*

Fuente: <https://www.veterinariadomicilio.cl/hospital-y-examenes/>

## **2.2. Consumidor específico**

Se reconoce como principal consumidor de los servicios a aquellas familias que ya poseen mascotas y que viven en la ciudad de Cobija, sin embargo, el servicio también puede ser expandirse a comunidades aledañas a la ciudad y a las ciudades vecinas como Brasileia y Eptaciolandia pertenecientes al Brasil.

## **2.3. Potencial de mercado**

El mercado potencial, representa la oportunidad de negocio latente, por lo que estará compuesto por un público que normalmente no consume los productos o servicios porque no encuentran donde adquirirlos, pero que pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo, aquellas personas

con mascotas que no les dan importancia a los accesorios de sus animales y por lo tanto no les importa el lujo de estos o también personas que estén en búsqueda de un regalo.

#### **2.4. La competencia**

La idea de negocio considera la atención de spa, guardería y atención médica veterinaria.

Actualmente, existen muchas empresas que ofrecen diferentes tipos de servicios para mascotas, quienes están tratando de brindar, cada vez más, servicios integrales, aunque aún no exista ninguno que integre todos en un solo local. Estas empresas o Veterinarias, tienen muchos años en el mercado y, por ende, ya cuentan con clientes fidelizados, que están ávidos a utilizar cada vez más productos.

La demanda actual de este tipo de servicios es cada vez más alta, haciendo que sea un negocio altamente competitivo, lo mejor de esto es que los servicios ya no solo están en los segmentos socioeconómicos altos, sino, cada vez más personas de otros segmentos también los demandan, lo cual permitirá que la oferta se disperse en todas las zonas aledañas a la ciudad de Cobija.

La competencia de Petshop Patitas no tiene un competidor directo, ya que el foco de servicios es diferente al de las veterinarias tradicionales y/o tiendas donde se ofrecen productos para mascotas.

Por lo tanto, el poder de los competidores es MEDIO, debido a las posibilidades de ofrecer productos similares, sin embargo, aun nadie tiene una propuesta completa como ofrece Petshop Patitas.

Se analizó a los competidores que ofrecen servicios en las diferentes Veterinarias en el mercado de la ciudad de Cobija, las características principales sobre la comercialización de servicio y la competencia existente hoy en día.

El mercado competidor está representado por algunas competencias principales y actuales de las Veterinarias, mismos que a continuación vamos a describir y detallar cada uno de ellos en la siguiente tabla:

Tabla 1

*Mercado Competidor*

<b>Detalle/Razón Social</b>	<b>Productos y/o servicios complementarios</b>	<b>Ubicación</b>
<b>Agro Veterinaria “Todo Agro Negocios”</b>	Veterinaria, venta de ropa, venta de accesorios, venta de alimento Colonia, talco, champú, etc.	B/ El Bosque
<b>Veterinaria Pando</b>	Peluquería Canina, venta de ropa, venta de accesorios, alimentos, camas, venta aseo personal, venta de animales.	B/ Madre Nazaria
<b>Veterinaria Por una Garrita</b>	Consultas veterinarias, peluquería canina.	B/ Miraflores Av. Bahía
<b>Veterinaria Agro Center Pando</b>	Asistencia veterinaria, venta de productos de uso veterinarios, insumos agrícolas, de control de plagas, y atención de mascotas.	B/Madre Nazaria
<b>Veterinaria San Bernando</b>	Consultas veterinarias, venta de productos de uso veterinarios, accesorios, venta de alimentos.	Av. 9 de Febrero
<b>Veterinaria Goofy</b>	Veterinaria, venta de accesorios, venta de alimentos.	Av. 27 de mayo
<b>Veterinaria Medi-Vet</b>	Tratamientos, limpieza dental, cirugía de mascotas, planes de vacunación, accesorios y alimentos, consulta general de mascotas, baño y peluquería de mascotas.	B/Madre Nazaria

Fuente: Elaboración propia.

#### **2.4.1 Barrera de entrada y salida al mercado**

Las barreras de entrada pueden variar, dependiendo la ubicación geográfica del negocio y las condiciones específicas del mercado. Es necesario, realizar un análisis detallado y personalizado para el Petshop.

Entre los principales aspectos que se deben tener en cuenta, tenemos lo siguiente

**1. Requisitos regulatorios y legales:** Investigar y comprender las regulaciones y requisitos legales relacionados con el cuidado y el bienestar de las mascotas de la ciudad de Cobija. Se debe asegurar, el cumplimiento de todas las normativas y adquirir las autorizaciones y consentimientos requeridos para operar el petshop Patitas.

**2. Capital inicial y costos de inversión:** Evaluar los costos asociados con la apertura y el funcionamiento del petshop. Esto puede incluir la compra o alquiler de un lugar, la adquisición de equipos y suministros, la contratación de personal, la publicidad y el marketing, entre otros gastos. Determinar, cuánto capital inicial se necesitará para a implementación del negocio y cómo lo obtendrá (por ejemplo, a través de inversionistas, préstamos bancarios, ahorros personales, etc.)

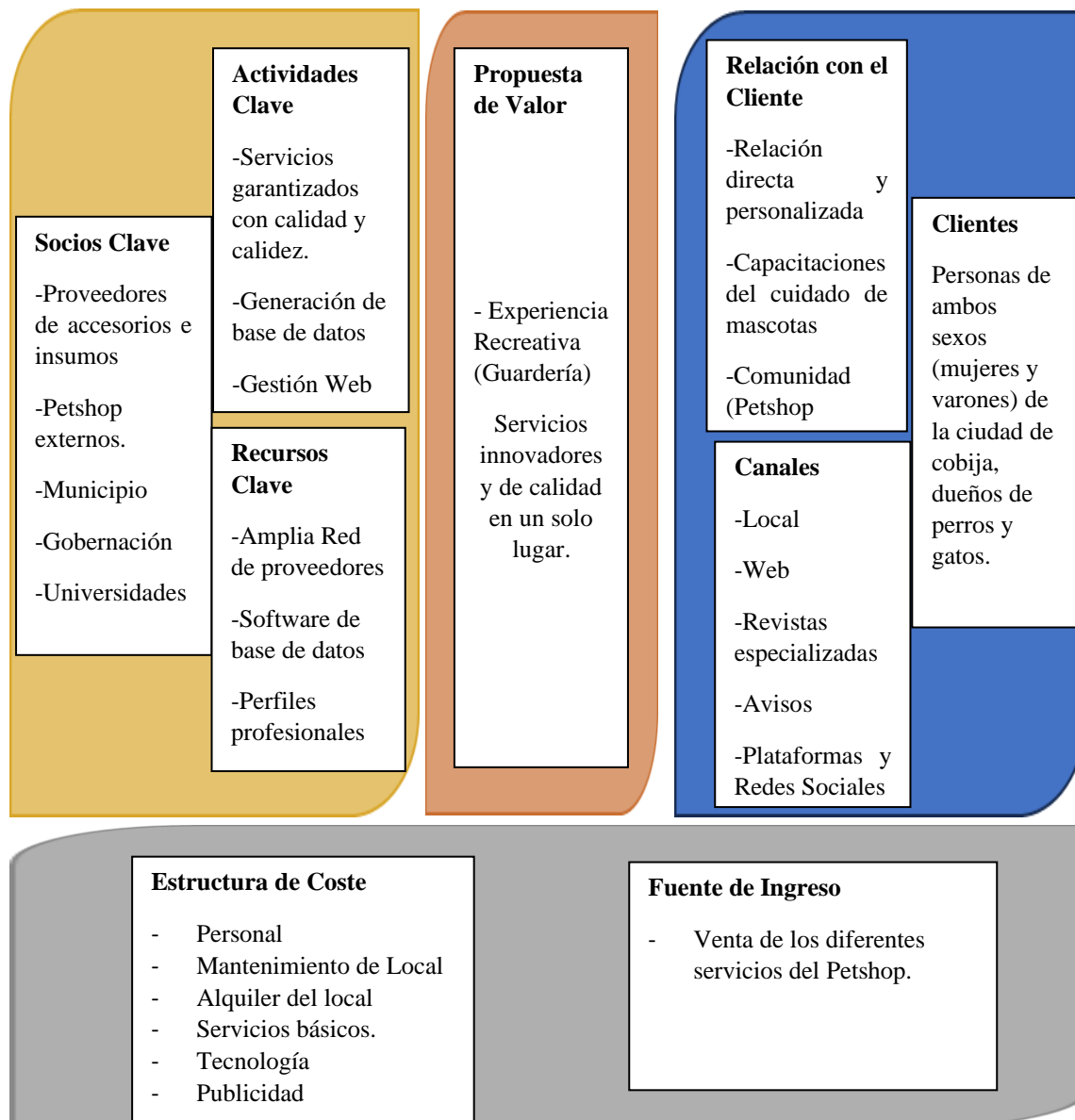
**3. Acceso a proveedores y suministros:** Es importante asegurarse de, tener acceso a proveedores confiables de productos y suministros necesarios, como productos de aseo, champús, acondicionadores, productos de cuidado dental, etc. Evaluar la disponibilidad de sus proveedores y su capacidad para satisfacer las necesidades del spa a medida que el negocio crezca.

**4. Competencia existente:** Analizar el nivel de competencia en la ciudad de Cobija, es posible que se encuentre una mayor resistencia para ingresar al mercado.

**5. Diferenciación y propuesta de valor única:** Considerar cómo se puede diferenciar petshop Patitas de los competidores existentes. Identificar aspectos únicos que atraerán a los clientes, como servicios especializados, personal altamente capacitado, herramientas e insumos de alta calidad, enfoque en el bienestar de las mascotas, instalaciones modernas, programas de fidelización, etc.

Siguiendo el Modelo Canva, PetSop Patitas ajusta su propuesta de valor como punto central; que comprende la descripción del servicio, las actividades clave del proyecto, los recursos claves involucrados, los posibles socios clave, la relación con los clientes, la segmentación del mercado y la estrategia de negocios

## 5.1 Modelo de Negocio Canva



**Figura 4**

*Modelo de negocio Canva*

Fuente: Elaboración propia.

Una propuesta de valor sólida permitirá que el PetShop pueda superar las barreras de entrada y atraer a los clientes, el objetivo es brindar a los dueños de las mascotas un ahorro de tiempo y esfuerzo, de manera que perciban a Petshop Patitas no solo como una tienda de mascotas, sino como un espacio que ofrece un servicio integral que les facilitará la calidad de vida de las mascotas a través de diversos servicios innovadores y de calidad ofrecidos en un solo lugar y a

precios competitivos. Esto sumando a crear una “experiencia” de compra durante la estancia en nuestro local, gracias al servicio orientado al cliente de nuestros colaboradores.

**6. Estrategia de marketing y promoción:** Planificar cómo se dará a conocer el negocio en el mercado y cómo atraerá a los clientes. Esto puede incluir el uso de las redes sociales, publicidad local, participación en eventos y ferias de mascotas, entre otras estrategias de marketing.

## 2.5. Segmentación del mercado

Para determinar a quién debe dirigirse la segmentación de mercado, se prioriza a aquellos que actualmente, son dueños de mascotas las personas que cuentan con una vida socioeconómica activa y gustan de ver saludables y contentos a sus mascotas. Otra característica del segmento elegido es que cuenta con servicio doméstico permanente o por horas, siendo estos los que se encargan de la alimentación y cuidado de las mascotas, ya que los dueños no tienen el tiempo suficiente para estas actividades.

## 2.7 Potencial de ventas

Para el análisis correspondiente se realizó la técnica de la encuesta dirigida a la población en general, donde se obtuvo el resultado de 378 encuestadas en el que el nivel de aceptación permite establecer un potencial de ventas.

El potencial de ventas de Petshop Patitas estará determinado de acuerdo al grado de esfuerzo del mercado. En la investigación de mercado el resultado de mayor importancia, será la intención de compra del servicio y/o producto por parte del cliente objetivo.

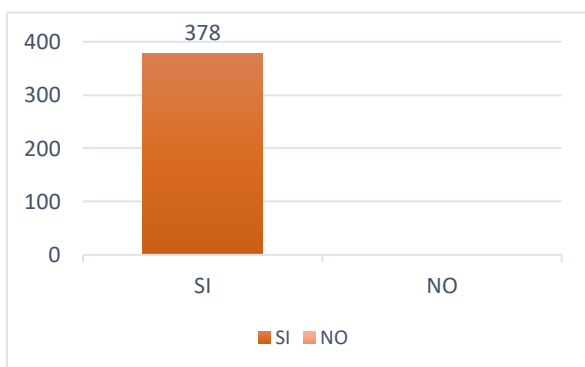


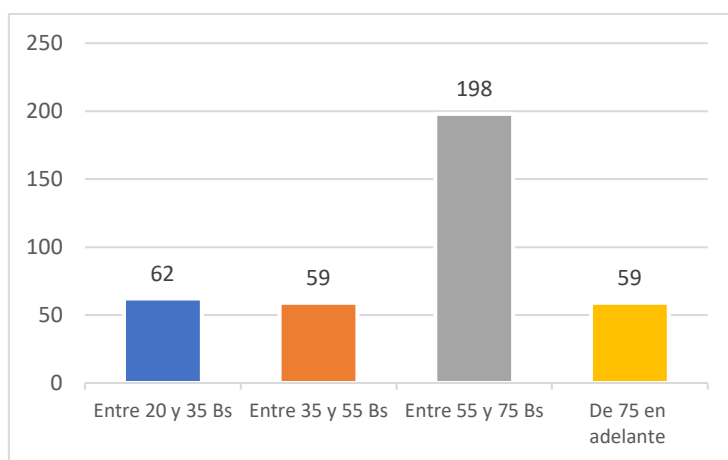
Figura 5. Necesidad de una tienda para mascotas en la ciudad de Cobija.

Fuente: Elaboración propia

En la encuesta realizada se consultó si ¿contar con una tienda de mascotas en la ciudad es una necesidad?, las respuestas señalan que el 100% indica que sí es necesario contar con este tipo de emprendimientos que no se cuenta en la ciudad de Cobija, razón por la cual se determina la aceptación de la presente propuesta y valida la elaboración del plan de negocio para la creación del Petshop.

## 2.8 Pronóstico de ventas

Es de vital importancia considerar la disponibilidad de pago por parte del cliente objetivo, brindando información de los pagos disponibles establecidos según el servicio propuesto, ya que hoy en día la mayor parte de los clientes optan por pagar a través de códigos QR.



*Figura 6.* Precio que pagaría por servicios para su mascota.

Fuente: Elaboración propia

Los precios que pagarían para realizar el servicio de consulta veterinaria, atención o la limpieza y/o aseo de su mascota oscilan entre 55 y 75bs con una mayor cantidad de aceptación (198 personas); 62 personas indican que pagarían entre 20 a 35bs y 59 de ellas indican que pagarían entre 35 y 55 o de 75 en adelante.

Este dato refleja el poder adquisitivo de los potenciales clientes, para poder acceder a los diferentes servicios que ofertara el negocio y sirve como base para determinar los precios disponibles.

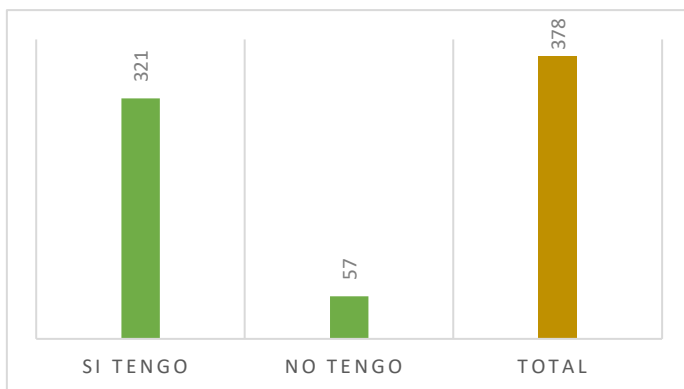


Figura 6. Cuenta con una mascota en su hogar.

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, es fundamental conocer del total de la muestra cuales son las personas que al momento de la encuesta tienen una mascota en su hogar, en tal sentido los datos reflejan que 321 de ellos si poseen una mascota y solamente 57 de ellos no, en ese entendido, el mayor porcentaje de personas, se consideran clientes potenciales para el negocio, sin excluir al restante, considerando que en algún momento podrían ser poseedores de algún animal en su hogar.

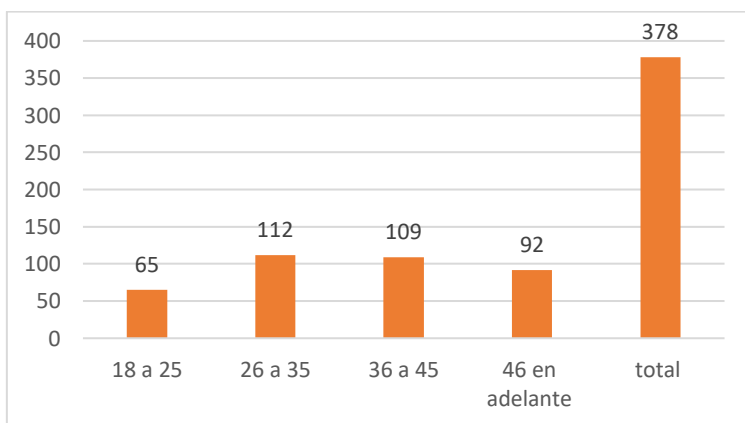


Figura 8. Edad de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia

Siendo un muestreo aleatorio simple donde todas las personas que viven en la ciudad de Cobija, tienen la misma oportunidad de participar, se tomó como único indicador a las personas de 18 años en adelante, tomando en cuenta que a partir de esta edad ya pueden ser económicamente activas, disponen de un hogar independiente -en tal sentido- los datos reflejan que la mayor participación se encuentra entre los que tienen entre 26 a 35 años, seguido de los que tienen 36

a 45 años, por su parte los que se encuentran de los 46 años en adelante fueron 92 personas y por último, los que tienen entre 18 a 25 años son los que tuvieron menor participación.

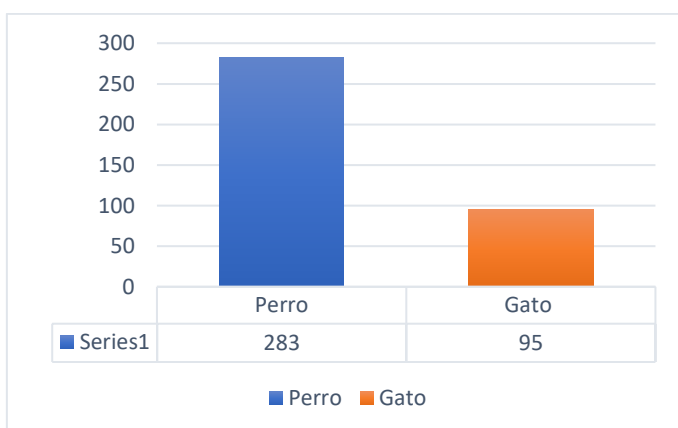


Figura 9. Tipo de mascota.

Fuente: Elaboración propia

El Tipo de mascotas que poseen con mayor frecuencia es el perro con un 75% y solamente un 25% de los encuestados refieren que cuentan con un gato en su vivienda como mascota.

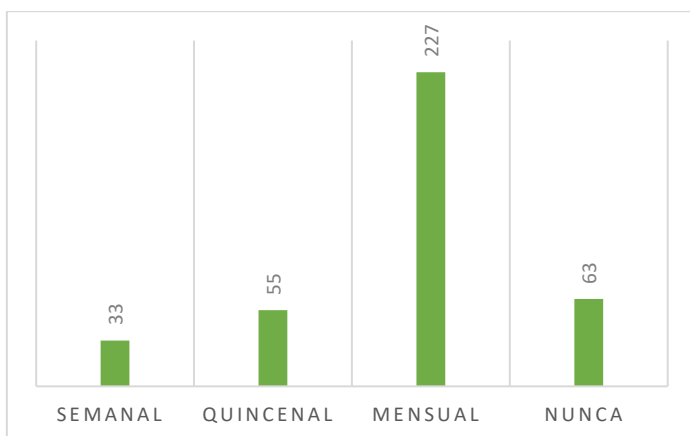


Figura 10. Frecuencia de compra en una tienda para mascota.

Fuente: Elaboración propia

Según la consulta cada cuanto tiempo visita una tienda para proveerse de productos para su mascota o brindarle asistencia veterinaria, la mayor cantidad (227) indican que lo realizan de forma mensual, 55 personas indican que cada 15 días, 33 de ellas se abastecen de forma semanal

y 63 personas refieren que nunca se abastecen, es decir existe una predisposición de los propietarios de disponer recursos para el cuidado de su mascota.

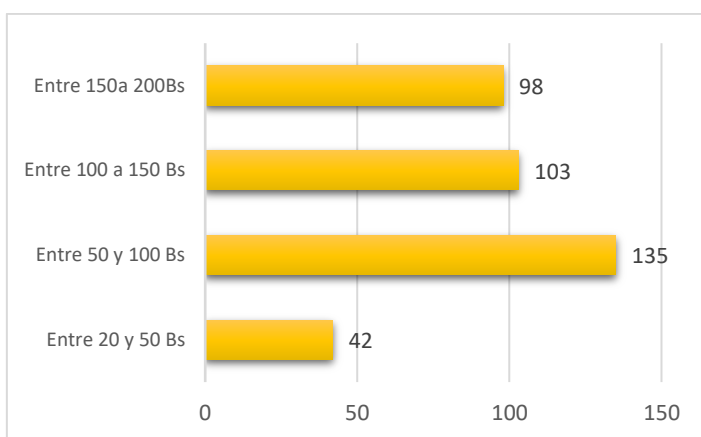


Figura 11. Gasto promedio en una tienda para mascota.

Fuente: Elaboración propia.

El gasto promedio que realizan las personas que acuden a una tienda es en mayor cantidad (135), los que consumen de 50 a 100bs, seguido de 103 personas que consumen entre 100 a 150 bs, posteriormente 98 personas consumen entre 150 a 200 personas y finalmente 42 personas solamente consumen entre 20 a 50bs, aproximadamente.

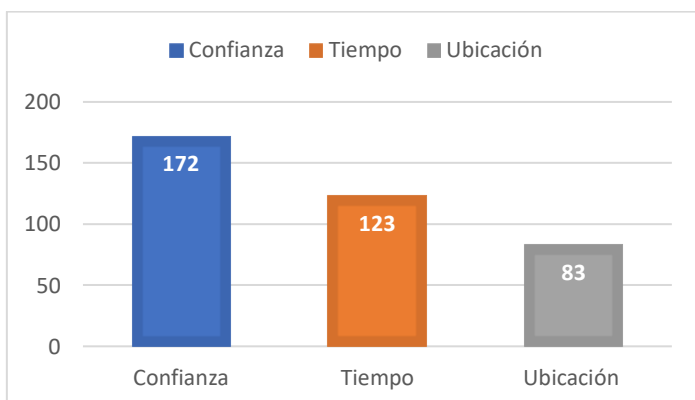


Figura 12. Razones por la que eligen una tienda para mascotas.

Fuente: Elaboración propia

Las razones por las que las personas eligen una tienda para abastecer sus productos de sus mascotas son: confianza en los productos de la tienda 45%, 33% indican que por el tiempo en

llegar a la tienda desde su domicilio que va de la mano a la ubicación de la tienda que es un 22% . .

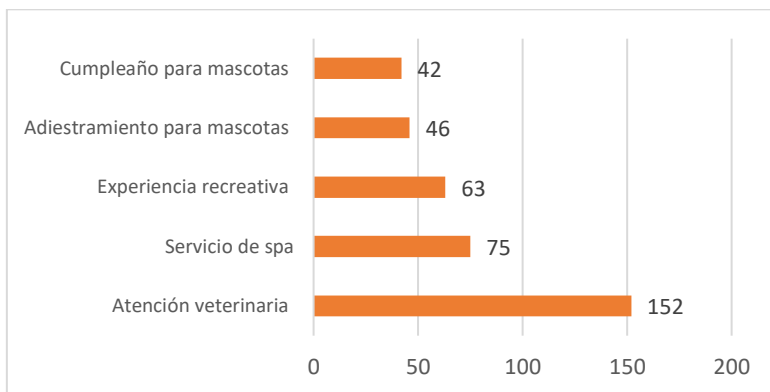


Figura 13. Servicios que requieren con mayor frecuencia.

Fuente: Elaboración propia

Entre los servicios que requieren y/o acudirían a una tienda son: Atención veterinaria (152 personas); Servicios de spa (75); experiencia recreativa (63); adiestramiento para mascotas (46) y finalmente para preparar el cumpleaños de la mascota (42 personas).

Cabe recalcar que la atención veterinaria se encuentra como el principal motivo de visita, resulta de manera favorecedora, tomando en cuenta que el servicio que se dispone en el presente plan es justamente este servicio, acompañado por los siguientes, es decir, se toma en cuenta el criterio de los encuestados para la elaboración de la propuesta.

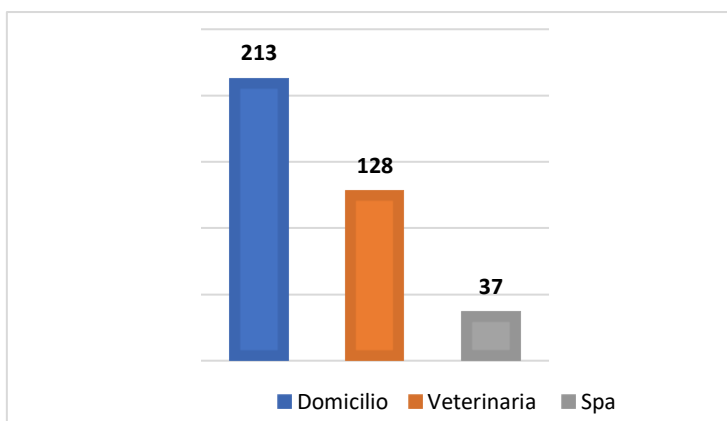
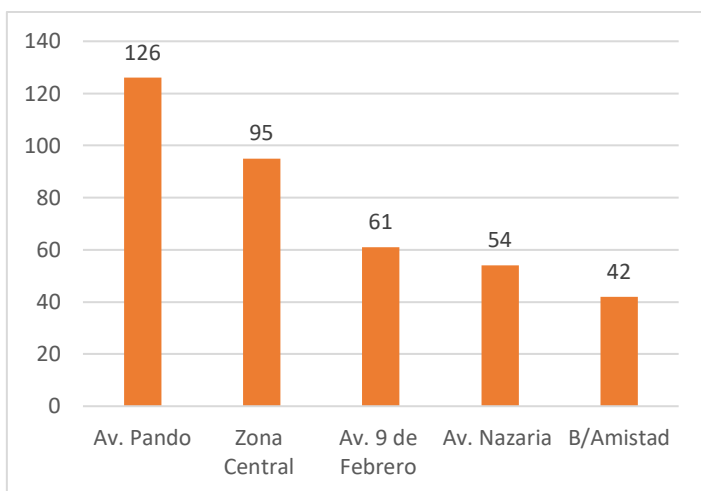


Figura 14: Donde a realiza limpieza de su mascota

Fuente: Elaboración propia

Según el lugar donde realiza la limpieza o baño de su mascota los resultados indican que el 56% lo realiza en su propio domicilio, el 34% lo realiza en la veterinaria y solamente un 10% lo llevan a un spa de manera ocasional, consultados los motivos señalan que esto se debe a que en la ciudad de Cobija no se dispone de un lugar donde ofrecen servicios de este tipo o desconocen del mismo por lo que la alternativa es realizarlo dentro del hogar.



*Figura 15.* Ubicación de referencia de la tienda para Mascotas

Fuente: Elaboración propia

Para la ubicación de una tienda los encuestados señalan que un lugar de preferencia sería la Av. Pando (126 personas); 95 personas indican que, en la zona central, 61 de ellos indican que sobre la av. 9 de febrero; 54 encuestados señalan que, sobre la Av, Nazaria y 42 personas se orientan por el B/ la Amistad.

## **2.9 El cliente objetivo (comportamiento del consumidor)**

Hasta hace poco la forma de seleccionar a cierto público objetivo se basaba en los niveles socioeconómicos, hoy en día es mucho más importante conocer al consumidor a través de su estilo de vida.

Al abrir Petshop Patitas en la ciudad de Cobija, nace la necesidad de conocer aspectos relacionados a la conducta, costumbres y perspectivas de los hogares en cuanto a nivel de gustos

y preferencias, satisfacción, las necesidades y el nivel de aprobación, para estudiar la oportunidad de mercado.

Estos son los servicios que se le preguntaran al solicitante sobre preferencia y frecuencia de uso:

**Tabla 2**

*Preferencia y frecuencia de uso según servicios*

Nº	Servicios	Preferencia	Frecuencia
1	Guardería	1-2 veces por semana o según la necesidad	Alta para dueños ocupados
2	Baño	Cada 4 – 6 semanas	Muy alta
3	Corte de Pelo	Cada 4 – 8 semanas (según la raza)	Alta
4	Arreglo de uñas	Cada 4 semanas o cada mês	Media
5	Atención médica Veterinaria	2 a 4 meses al año	Muy alta
6	Adiestramiento	Sesiones semanales o mensuales	Media
7	Vacunación	Según calendario de vacunas	Obligatoria
8	Perfume	Según las preferencias y después del baño	Media
9	Tarde de recreación	2 a 3 veces por semana	Alta

Fuente: Elaboración propia.

A partir de estas variables, se hace necesaria la siguiente información:

- Saber la cantidad de mascotas que tienen los hogares, teniendo en cuenta edad, sexo y raza.
- Identificar qué servicios acostumbran utilizar para sus mascotas.
- Saber si el propietario de la mascota se lo lleva cuando se ausenta.
- Saber quién cuida a la mascota cuando no se encuentra el propietario.
- Conocer ofertas de mercado respecto a los servicios de guardería.

## 2.10 Análisis FODA

### 2.10.1 Oportunidades

- ✓ Aumento de la demanda de servicios a domicilio debido a las crecientes preferencias de los propietarios de mascotas por la comodidad y el ahorro de tiempo.
- ✓ Buscaremos colaboraciones estratégicas con veterinarios, tiendas de mascotas u otros profesionales del cuidado de animales para ampliar la base de clientes y así ofrecer servicios complementarios.
- ✓ Uso de estrategias de marketing digital para llegar a una audiencia más amplia y hacer que la empresa sea más conocida.

### 2.10.2 Amenazas

- ✓ Competencias de otras empresas o establecimientos físicos que también ofrecen servicios de calidad para las mascotas.
- ✓ Posibles cambios en las preferencias de los propietarios de mascotas hacia servicios más económicos o autónomos.
- ✓ Problemas de seguridad relacionados con el manejo de las mascotas en entornos desconocidos o con perros muy agresivos.
- ✓ Dificultades logísticas o de tiempo para programar y realizar visitas a domicilio debido a la alta demanda.

## 2.11 Estrategia de marketing



Figura 16. Slogan del Petshop Patitas

Fuente: Elaboración propia.

**Slogan:**

*“Cuidamos de tu mascota con amor, confort y salud”*

El slogan es claro y preciso superando la satisfacción y expectativas de los clientes.

El aspecto tecnológico para el desarrollo del negocio es un pilar vital para la tienda y será fundamental ya que la actividad de servicios a través de una tienda física, que hace parte de poder lograr excelentes estándares con respecto a la atención al cliente y el servicio en general.

✚ **Estrategias de distribución:** Por ser una tienda física, la estrategia de distribución estará fundamentada en la misma instalación, y contará con una ubicación accesible a toda la ciudad de Cobija. pero también se hará la oferta de servicios de manera ambulante o a domicilio, si así lo solicita el cliente.

✚ **Estrategia de precios:** Al determinar el precio, debemos tener en cuenta el tipo de producto y el sector en el que operamos, por lo que al ser un producto con calidad nos centraremos en un público exclusivo que busca un servicio único y diferencial.

La relación precio-calidad sería equilibrada y acorde, ya que tanto el precio como la calidad es superior a la media, según el promedio de nuestros competidores. Sin embargo, se garantiza la accesibilidad para todos los clientes que visiten la tienda.

También será importante definir los valores de servicios a domicilio, lo que implica fijar precios justos, considerando que al final, de todas formas, dependen del servicio que se requiera y el tiempo que implique la realización del mismo. Asimismo, los precios para toda la tienda serán accesibles respecto a la competencia, estimulando la aceptación de los clientes potenciales

✚ **Estrategia de promoción:** se apoyará en la tecnología disponible para la realización de publicidad de la tienda, tomando como referencia al marketing digital y el marketing de contenidos.

- Marketing digital: se hará uso de las redes sociales, proponiendo la creación y alimentación permanente de páginas digitales, con parrillas de contenido y campañas publicitarias en las distintas redes sociales, tanto en Instagram como Facebook las cuales

se encuentran ilustradas donde se muestra en profundidad en el apartado de imagen corporativa, dando a conocer la propuesta innovadora de negocio; considerando el público que visualiza las redes sociales, se pretende cubrir todo el mercado local y lograr la expansión del mercado.

Es así, como se puede decir que el mundo actual es virtual, y es trascendental que las empresas estén a la vanguardia de los nuevos medios y las nuevas herramientas que le permitirán tener una relación directa con su público objetivo.

### **2.12 Plaza o distribución**

El lugar donde se establecerá el Petshop Patitas es crucial para el éxito del negocio. Se debe elegir una ubicación accesible y visible.

Con el lugar definido del funcionamiento del Petshop los clientes podrán contactarse para consultar los servicios, a través de los distintos medios tradicionales (radio y televisión) y redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok), si así lo desea el cliente.

### **2.13 Evidencia física**

Crear una imagen de marca sólida a través de la identidad visual, como un logotipo y un diseño de sitio web atractivos.

Nombre de la marca, imagen de marca y eslogan

#### **Nombre:**

El negocio tiene como nombre "PETSHOP PATITAS"

El nombre hace referencia a los servicios estéticos y guardería, spa y servicios de atención veterinaria, siendo este último el servicio prioritario por ser el de mayor demanda identificado entre la población de Cobija.

### 3. OPERACIONES (PRODUCCIÓN)

#### - Diseño y desarrollo de servicios

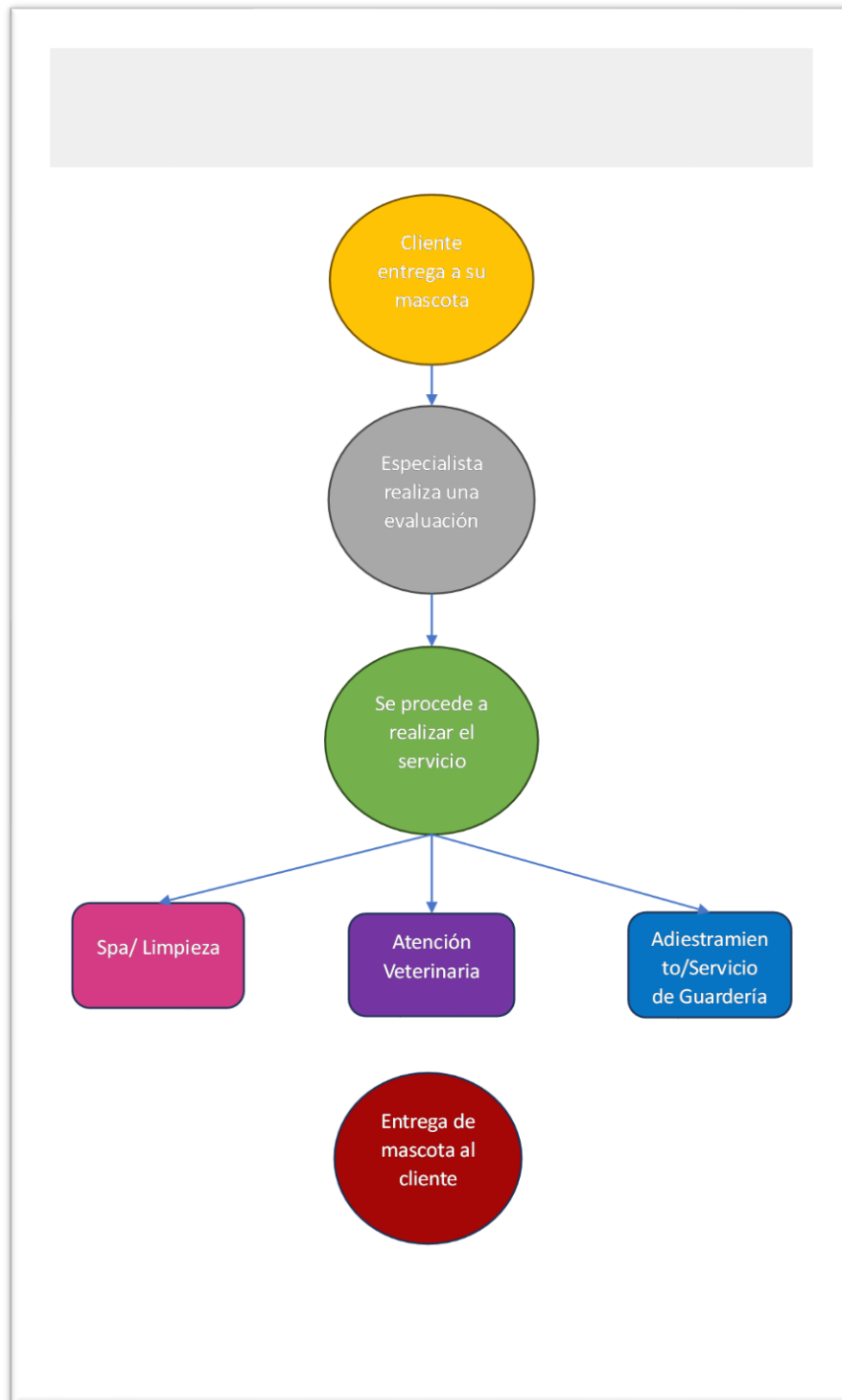


Figura 17. Flujo del proceso de operación del servicio

Fuente: Elaboración propia

Se brindará un sistema integrado que ofrece todos los servicios necesarios para el bienestar de la mascota, como: atención médica veterinaria, Spa (limpieza, aseo, belleza), adiestramiento, entre otros, mediante una atención personalizada, trato cálido y amable, con un alto componente de sensibilidad hacia la mascota. El personal involucrado estará preparado para mantener una buena comunicación y empatía, donde prime la capacidad de escuchar al cliente para poder satisfacer sus necesidades, dejando expuestas las fortalezas de nuestro negocio.

La idea de Petshop Patitas es tener planificado la infraestructura con la cual se contará. Estaremos estratégicamente distribuidos según las especialidades y/o servicios que se ofrezcan al cliente. La parte colindante con la calle tendrán mamparas de vidrio que permitirá la visualización de lo que estamos ofreciendo, lo que generará mucho mayor impacto en el cliente y peatón que circule por la zona, para así generar el impulso de llevar a su mascota para ser atendido por nosotros.

Todos los servicios ofrecidos están sustentados en la confianza, claridad y transparencia. La empresa se preocupará en mantener motivado al personal, desarrollaremos planes de reconocimiento por el logro de los objetivos planeados en cada área para generar una competencia sana dentro de la misma y esto repercuta en la satisfacción del cliente y así, asegurar la fidelidad de los clientes hacia la empresa. Dentro de las acciones necesarias para lograr la excelencia deseada se considera un plan de incorporación de personal idóneo que vaya de la mano con el crecimiento de la empresa. Para ello, se desarrollarán estrategias dirigidas, principalmente, a la obtención de eficiencia y calidad en todas las actividades desarrolladas por los colaboradores dentro de la empresa, así como contar con la infraestructura adecuada para estimular un mejor desempeño laboral.

### **Descripción técnica y funcional del servicio.**

#### **Descripción técnica**

- **Área de recepción:** Según la infraestructura en la parte central del negocio estará el área de atención al cliente. La tienda la organizaremos por bloques para la exhibición de los servicios veterinarios, de guardería y de spa.
- **Área de Spa:** Es el espacio donde se brindarán los servicios de corte de pelo, limpieza de oídos y corte de uñas. Contaremos con 5 cubiles, para colocar a los perros y gatos

mientras espera su turno de atención. En esta área se implementarán propuestas para los clientes de peinados y cortes modernos, para ello, se capacitará de manera constante al personal de las tendencias a nivel internacional. Esta área tendrá una sala de espera con un televisor y revistas especializadas, así como una pequeña zona de cafetería, para aquellos clientes que quieran esperar que sus mascotas estén listas y puedan hacerlo cómodamente.

- **Área de Guardería-paseos:** Está área estará ubicada en la parte de afuera (patio) de la infraestructura del Petshop, y contará con todas las condiciones necesarias que requieran las mascotas.
- **Atención veterinaria: salud integral:** Esta parte de la infraestructura es para la oferta de servicios integral de atención médica que contará con consultorios, área de emergencias y cirugías, este espacio incluirá, dos consultorios.

### **Descripción funcional**

Se contará con un administrador, un cajero y con personal para atender personalmente a los clientes para que puedan brindarles una asesoría adecuada de los servicios que buscan. El personal que será seleccionado para esta área tendrá como una de sus competencias la empatía y carisma para una excelente atención al cliente, deseamos ofrecer de manera constante un trato amable y contar con el personal altamente capacitado en los servicios que se ofrecen.

Se tendrá a disposición el servicio de dos médicos veterinarios y dos asistentes, con la experiencia profesional requerida que permita garantizar una atención de primera.

### **Características de la calidad del servicio**

La calidad en los servicios se mide por la satisfacción del cliente con el proceso y el resultado del proceso de entrega del servicio. También debe ser perceptible al cliente, para ello se contempla las dimensiones de calidad de Petshop Patitas, de este modo se define los estándares en la entrega del servicio, para el cumplimiento de las expectativas del mismo.

## Proceso de Atención al Cliente

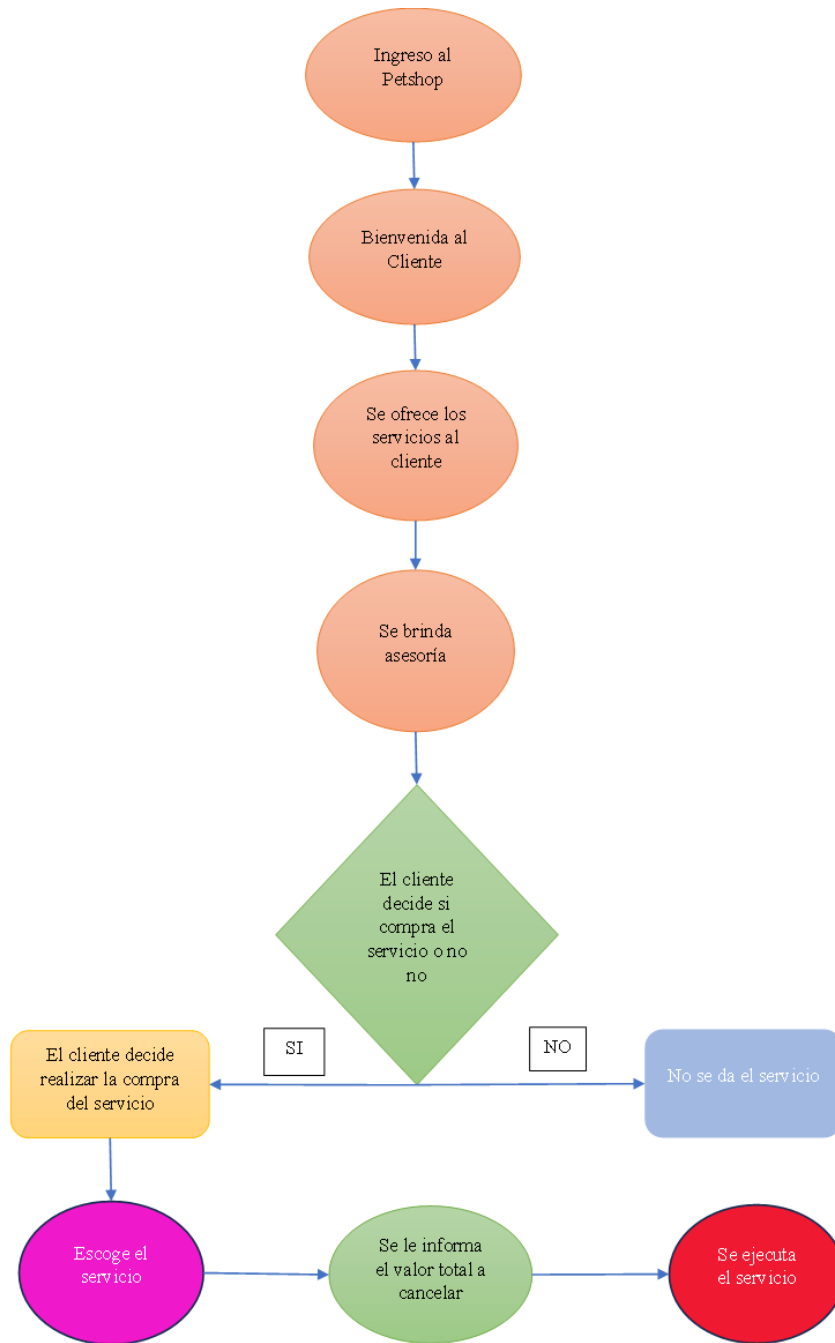


Figura 18. Flujo de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

El proceso de atención al cliente se iniciará cuando el cliente entre a las instalaciones de nuestro local para solicitar información sobre algún servicio, una vez que el cliente transmita su necesidad será derivado con el personal que requiera la mascota. Una vez ofrecido el servicio, el cliente decidirá si adquiere el servicio o no. El personal de atención al cliente también se encargará de realizar las llamadas post servicio para confirmar la satisfacción del servicio brindado y poder utilizarlo para mejorar nuestras propuestas.

### **Proceso de Baños y Cortes**

Este proceso es uno de los más largos, aproximadamente de una a dos horas y media dependiendo de la raza y el estado en que se encuentre la mascota (perro o gato), este servicio requiere de mucho manejo y tacto de parte del personal, ya que el perro o gato pudieran tener reacciones agresivas al contacto con ellos, por ello es importante tener mucha paciencia y cariño hacia los animales. Los clientes pueden llegar con sus mascotas directamente o llamar para que las recojan, en el primer caso que lleven a su mascota estos serán recibidos por el personal de atención al cliente, donde una recepcionista que solicitara la información para ingresarlos a la base de datos, en este caso será una ficha donde se registre también las condiciones en que es recibida la mascota y los detalles del servicio escogido, que incluye el tipo de baño a realizarse y según la raza de la mascota se le ofrecerán algunos cortes para que el cliente decida. Finalmente, las mascotas serán colocadas en los caniles para esperar su turno de atención, durante la espera se les dará agua y unas galletas por si la espera resulta ser un poco larga.

Los servicios que se brindaran dentro de este proceso son:

### **Cepillado y desenredado**

Este servicio es una de las partes más importantes porque esto definirá el estilo de la mascota, siendo el que más tiempo tomará, sobre todo en los perros de pelo largo.

### **Baño**

Se ofrecerán dos tipos de baños: el básico, en el que se remueve el exceso de grasa, polvo y bacterias dejándolos con un rico olor a limpio, quitándoles ese olor fuerte característico de los perros. Y el baño básico completo, en el que también se drenarán las glándulas perianales, se les limpiará los ojos y dientes. El personal estará suficientemente capacitado para medir la sensibilidad de cada mascota según su raza, tamaño, pelaje y piel y así dejarlo lo suficientemente

limpio y perfumado. El procedimiento con los gatos será el mismo solo que con productos especiales para gatos. En la parte del secado se utilizarán secadoras especiales para cada tipo de mascotas, las que poseen altas velocidades, son más eficientes y acortan el tiempo de secado y para las mascotas más pequeñas habrá secadoras pequeñas de menor velocidad.

### **Limpieza de ojos, orejas, dientes y corte de uñas**

Posteriormente se procederá a cortar las uñas y a la revisión y limpieza de orejas, para lo cual se usará un talco y goteros medicados para este fin, para hacer más fácil la tarea de quitar el exceso de pelo que se encuentra en el canal auditivo, para limpiar los ojos se aplicará soluciones medicadas con algodón, esto ayudará a disolver las legañas, remueve las manchas lagrimales y además elimina las pequeñas costras alrededor del ojo dejando el pelaje de la mascota nuevamente brillante.

### **Corte**

En esta parte del proceso se podrán resaltar las características de cada raza. La decisión del tipo de corte dependerá de muchos factores entre ellos, la raza, o conformación física, el largo de pelo deseado, la estación del año y finalmente el gusto del dueño. En este punto el estilista hará el corte con máquina o tijera.

### **Finalización del estilo**

En esta parte del proceso se brindará el toque final al servicio, ya que aquí se les agregaran lazos, corbatines o pañuelos y perfume para que queden hermosos y con un agradable aroma. Una vez finalizado el servicio la recepcionista llamara al dueño de la mascota para avisar ya esta lista y que pueden pasar por ella, cancelando el servicio.

## Descripción detallada de fases y tareas por puestos

### Personal y Puestos

**Tabla 3**

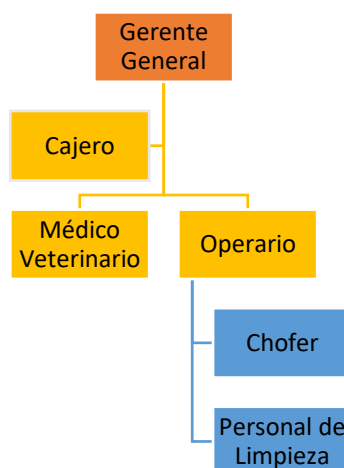
*Lista de puestos del personal que se requiere*

Puestos	Nivel	Personal Requerido	Salario Aproximado
Gerente General	1	1	6000
Cajero		1	3000
Médico Veterinario	2	2	5400
Operarios	2	2	3000
Chofer	3	1	3000
Limpieza	3	1	3000

Fuente: Elaboración propia

### Personal, cargos, funciones.

A continuación, se detalla el diseño de estructura organizativa para el Petshop Patitas, es un organigrama vertical, basado en lineamientos de gestión y promoviendo una correlación entre las responsabilidades y los cargos asignados.



*Figura 19.* Estructura organizacional

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4***Cargo y funciones del Gerente General*

Cargo	Gerente General
Jefe inmediato superior	No tiene
Supervisa a:	Cajero, Médico veterinario, estilista y operarios
Naturaleza del Puesto	Velar por el funcionamiento administrativo y la atención al cliente y operativo de la empresa. Planificar, dirigir, controlar, coordinar, organizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendrá a su cargo la conducción general de la empresa, velando por los aspectos financieros, así como los operativos, comerciales y de administración del personal.</li> <li>- Conducción general de la empresa, velando por los aspectos financieros, así como los operativos, comerciales y de administración del personal.</li> <li>- Planificar el crecimiento y desarrollo de la empresa a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>- Evaluar el desarrollo de la empresa en comparación con las metas planeadas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5***Cargo y funciones del cajero*

Cargo	Cajero
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a:	No tiene
Naturaleza del Puesto	Vocación por la atención del servicio al cliente por servicios de cajas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar los cobros por los servicios prestados</li> <li>- Realizar informes diarios de las entradas por los servicios prestados.</li> <li>- Brindar servicio post-venta a los clientes</li> <li>- Mantener un contacto permanente con los clientes para obtener de ellos información relevante que ayude a mejorar día a día los servicios.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 6***Cargo y funciones del médico veterinario*

Cargo	Médico Veterinario
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a:	Asistentes
Naturaleza del Puesto	Se encarga de brindar el servicio de salud y bienestar a las mascotas dentro del negocio, debe estar atento a cualquier eventualidad que se presente y atenderla de manera oportuna.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender a las mascotas cuando se origine alguna emergencia.</li> <li>- Responsable de más mascotas en el ámbito de dietas, alergias, vacunas, curaciones, etc.</li> <li>- Se encarga de suministrar información importante para el cuidado responsable de las mascotas.</li> <li>- Elaborar un cuadro de seguimiento de cada una de las mascotas que contenga su edad, peso, tamaño etc.</li> <li>- Apoyar a los asistentes en sus funciones, brindando consejos oportunos.</li> <li>- Supervisa el manejo adecuado de los suministros del área de veterinaria, debe optimizar los recursos y dar aviso sobre algún implemento, medicina, etc., que se necesite para brindar un mejor servicio.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 7***Cargo y funciones del operario*

Cargo	Operario
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a:	No tiene
Naturaleza del Puesto	Encargados de baño, peinado y arreglo de las mascotas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se encarga de la realización de los diferentes servicios de SPA (peluquería y estética).</li> <li>- Participará en la planificación de planes estéticos y servicio al cliente junto a la gerencia.</li> <li>- Informar a la gerencia sobre cualquier tipo de acontecimiento ocurrido en la realización del servicio.</li> <li>- Estar en constante capacitación de acuerdo con las nuevas tendencias.</li> </ul>

- Emitir informes.
- Establecer un plan de adiestramiento para las mascotas, que cumplan con todos los requerimientos básicos, para el buen desenvolvimiento de las actividades dentro del petshop.
- Encargado de conducir a las mascotas, hacia el servicio de guardería.
- Llevar una buena relación con las mascotas ya que tendrá contacto directo con cada una de ellas.
- Llevar un registro de avances de comportamiento y preferencias de cada una de las mascotas.
- Organizar los horarios para que no haya aglomeración.
- Ayudar en lo que necesiten los médicos veterinarios,

---

Fuente: Elaboración propia

### **Tabla 8**

#### *Cargo y funciones del chofer*

Cargo	Chófer
Jefe inmediato superior	Operario
Supervisa a:	No tiene
Naturaleza del Puesto	Brinda apoyo a todas las áreas del negocio, transporta las mascotas desde su hogar, hacia el negocio y de regreso a los mismos cuando concluye el servicio.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transportar a las mascotas desde su casa hasta la tienda y viceversa</li> <li>- Transportar mercaderías e insumos</li> <li>- Llevar una buena relación con las mascotas ya que tendrá contacto directo con cada una de ellas.</li> <li>- Apoyar cuando sea necesario al entrenamiento y adiestramiento de las mascotas.</li> <li>- Transportar al personal de la veterinaria cuando se requieran los servicios a domicilio.</li> </ul>

---

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 9***Cargo y funciones del personal de limpieza*

Cargo	Personal de Limpieza
Jefe inmediato superior	Operario
Supervisa a:	No tiene
Naturaleza del Puesto	Realizar la limpieza de los ambientes de la tienda
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpiar y desinfectar todas las áreas de la tienda.</li> <li>- Limpiar y mantener en buen estado todos los equipo y materiales.</li> <li>- Desinfección de todos los espacios dentro del guardería.</li> <li>- Seguir los protocolos de limpieza y seguridad establecidos por la empresa.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**- Máquinas y Equipos**

**Bañera:** Se requieren bañeras especiales para mascotas con características como altura ajustable, sistema de drenaje eficiente y sujeciones de seguridad.

**Tabla 10***Descripción de la bañera*

Características	Bañera para mascotas
Cantidad	2
Material	Acero Inoxidable



Fuente: Elaboración propia

**Secadores y sopletes:** Se necesitan secadores profesionales y sopletes de calidad para un secado efectivo y rápido del pelaje de las mascotas.

**Tabla 11***Descripción de secadores y sopletes*

Características	Secador Soplete
Cantidad	2
Material	Plástico



Fuente: Elaboración propia

**Herramientas de corte y cuidado:** Se requieren tijeras, cortaúñas, limpiadores de oídos y otros utensilios específicos para realizar los procedimientos de corte de uñas, limpieza de oídos y otros cuidados especiales.

**Tabla 12***Descripción de la hamaca para mascotas*

Características	Hamaca de aseo para mascotas para perros y gatos, arnés de aseo de perros, cortaúñas, tijeras con arnés para cortar uñas, tijeras con arnés para recortar uñas
Cantidad	5
Material	Metálico



Fuente: Elaboración propia

**Computadora****Tabla 13***Descripción de la computadora*

Características	HP 2023 Computadora de escritorio todo en uno FHD de 22 pulgadas de doble núcleo 12 GB DDR4 RAM NVMe M.2 256 GB SSD WiFi AC BT RJ45 Webcam Windows 11 Pro Blanco con unidad
Cantidad	1



Fuente: Elaboración propia

## Impresora

**Tabla 14**

*Descripción de la impresora*

Características	Impresora multifuncional EcoTank L4260 EPSON, 10,5 ppm, con conectividad de wifi
Cantidad	1
Tipo	Multifuncional L4260



Fuente: Elaboración propia

## Televisor

**Tabla 15**

*Descripción del televisor*

Características	Samsung Smart TV Serie 7 de 55" Con resolución UHD 4K Real, para descubrir imágenes con un mayor nivel de detalle. Procesador Quad Core, WiFi, Bluetooth, 3 entradas HDMI, 2 Puertos USB y Control Remoto Smart, para empotrar en la pared en la sala de espera.
Cantidad	1



Fuente: Elaboración propia

## Cámara de Vigilancia

**Tabla 16**

*Descripción de la Cámara de Vigilancia*

Características	Sistema de cámaras de seguridad ZOSI 1080P H.265+, 5MP Lite 8 canales de vigilancia DVR con disco duro de 1TB y 4 cámaras domo CCTV a prueba de intemperie de 1080p para interior y exterior con visión nocturna de 80 pies, alertas de movimiento.
Cantidad	1 juego
Marca	Zosi



## Muebles y enseres

**Tabla 17**

*Cantidad de los muebles y enseres*

Cantidad	Detalle
3	Escritorio
1	Mesa para computador
3	Sillas ergonómicas
1	Archivador metálico
1	Locker de 12 casilleros
8	Asientos auxiliares
1	Extintor

Fuente: Elaboración propia

## Herramientas

**Tabla 18**

*Cantidad de las herramientas*

Cantidad	Detalle
10	Collares metálicos grandes
10	Collares metálicos pequeños
10	Cadenas metálicas
10	Bozales pequeños
10	Bozales grandes
10	Comedores
5	Silbatos
10	Pelotas macizas

Fuente: Elaboración propia

## Herramientas

**Tabla 19**

*Cantidad de insumos*

Cantidad	Detalle
5	Shampoo Anti Pulgas
5	Shampoo/Acondicionador
5	Cepillos
5	Perfumes/Colonias
5	Cremas y aceites para masajes
1	Toallas (Juego de 8 Unid.)

Fuente: Elaboración propia

**Equipos de limpieza:** Se necesitan aspiradoras, lavadoras de ropa, productos de limpieza y otros equipos para mantener las instalaciones limpias y sanitarias.

**- Proveedores y subcontratistas.**

Dentro de las políticas organizacionales se encuentra la gestión o manejo de los proveedores con la finalidad que logren su máxima eficiencia, para conseguir buenos precios y manteniendo la calidad, lo cual beneficiará directamente a los clientes. El proceso de evaluación y selección debe realizarse de acuerdo con criterios básicos y específicos como calidad, tiempo de entrega y precio. En particular, la evaluación de proveedores incluye tener en cuenta ciertos factores fundamentales como:

- La habilidad técnica: el proveedor debe proporcionar el producto deseado con las especificaciones técnicas requeridas.
- Confiabilidad: el proveedor debe tener una buena reputación y solidez financiera.
- Servicio Post - Venta: el proveedor debe brindar un servicio oportuno ante algún reclamo o queja.
- Precio: el proveedor deberá garantizar un precio acorde a la calidad del servicio y los costos relacionados a éste.

Los subcontratistas, por otro lado, solamente son responsables de la parte específica del trabajo para la cual fueron contratados.

## Localización

### Macrolocalización

- Petshop Patitas tendrá la siguiente localización.
- País: Bolivia
- Departamento: Pando
- Ciudad: Cobija

La macrolocalización se establece considerando que la implementación del petshop será la ciudad de Cobija, que es donde se realiza el estudio de factibilidad.



Figura 20. Macro localización de Petshop Patitas

Fuente: Elaboración propia

### Microlocalización

En un negocio de este tipo, la ubicación es un aspecto fundamental para lograr un buen volumen de ventas, el local deberá estar situado en una zona de gran afluencia de público: zonas comerciales. También puede ser interesante ubicarse en barrios residenciales nuevos o donde exista escasez de negocios de este tipo.

Para el efecto, se prevé ubicarla en la zona del Barrio 27 de mayo, altura av. Pando, ya que la misma cuenta con acceso al centro de la ciudad y es el vínculo con las zonas periurbanas de Cobija, de esa manera se conectará con toda la población, además que por una zona con tiendas comerciales y de venta de comida la afluencia de la gente es permanente.

Es de fácil y rápido acceso hacia cualquiera de los distritos de la ciudad de Cobija, lo que permitirá mantener los estándares de servicio respecto al cumplimiento de tiempos. El local será moderno y minimalista. La decoración, inspirada por el amor y el respeto por los animales, estará orientada a realzar el diseño exclusivo de los servicios que brindamos.

**Tabla 20**

Distribución de planta.

Distribución en Planta	Dimensión (m*m)	Área (m <sup>2</sup> )
Área de Administración		
Sala de espera	4m x 4m	16m <sup>2</sup>
Baño	1m x 2m	2m <sup>2</sup>
Administración	4m x 2m	8m <sup>2</sup>
Almacén	2m x 2m	4m <sup>2</sup>
Pasillos		8.5m <sup>2</sup>
Sub total área		38.5m <sup>2</sup>
Área de Prestación de Servicios		
Consultorio veterinario	5m x 5m	25m <sup>2</sup>
Peluquería	5m x 5m	25m <sup>2</sup>
Baño	2m x 1m	2m <sup>2</sup>
Área verde	10m x 10m	100m <sup>2</sup>
Guardería	5m x 10m	50m <sup>2</sup>
Pasillos		16,5m <sup>2</sup>
Sub total área		218,5m <sup>2</sup>
Total, área		257m <sup>2</sup>

Fuente: Elaboración propia

La distribución como se observa en la tabla anterior, donde especificamos la ubicación y espacio ocupado por cada área. El espacio ocupado por el área de servicio equivale al 85,02%; mientras que el área de administración ocupa el 14,98% restante.

## CAPÍTULO 3

### 4. FINANZAS

#### 4.1 Presupuesto de inversión

Para lograr el servicio propuesto de inversión se analizó el alquiler de los ambientes, equipos y maquinarias, muebles y enseres, herramientas, insumos, material de limpieza, material de escritorio, servicios básicos y publicitarios. Para una mejor comprensión se desglosará mediante tablas en las que se representan todos los gastos y costos expresados en moneda nacional.

##### 4.1.1 Terreno

**Tabla 21**

*Alquiler de ambientes*

Alquiler de Ambiente	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Total, Año
Alquiler de Ambiente	Mensual	1	3000	Bs. 3000	Bs. 36000
<b>TOTAL</b>				<b>Bs. 3000</b>	<b>Bs. 36000</b>

Fuente: Elaboración propia

##### 4.1.2 Máquinas y equipos

**Tabla 22**

*Máquinas y equipos*

Equipos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total
Computadora	Pieza	1	Bs. 5000	Bs. 5000
Impresora	Pieza	1	Bs. 2200	Bs. 2200
Televisor	Pieza	1	Bs. 3500	Bs. 3500
Cámara de vigilancia	Juego	1	Bs. 600	Bs. 600
<b>Total</b>				<b>Bs. 11300</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.3. Muebles y enseres

**Tabla 23**

*Muebles y enseres*

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Escritorio	Unidad	2	Bs. 1600	Bs. 3200
Mesa para computador	Unidad	1	Bs. 1800	Bs. 1800
Sillas ergonómicas	Unidad	2	Bs. 1500	Bs. 3000
Archivador metálico	Unidad	1	Bs. 3000	Bs. 3000
Locker de 12 casilleros	Unidad	1	Bs. 5000	Bs. 5000
Asientos auxiliares	Unidad	8	Bs. 150	Bs. 1200
Extintor	Unidad	1	Bs. 500	Bs. 500
<b>Total</b>				<b>Bs. 17700</b>

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de inversión que corresponde a Terreno, máquinas y equipos, muebles y enseres, serán para todos los servicios que oferta el Petshop.

### 4.1.4 Herramientas

El siguiente detalle corresponde a las herramientas que se utilizaran para el servicio de Spa, peluquería y lavado de mascotas.

**Tabla 24**

*Herramientas*

<b>Herramientas Servicio de Spa: Peluquería y lavado de mascotas.</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Bañera	Unidad	2	Bs. 1000	Bs. 2000
Secadores y sopletes	Unidad	2	Bs. 350	Bs. 700
Tijeras	Juego	2	Bs. 300	Bs. 600
Cortaúñas	Pieza	5	Bs. 120	Bs. 600
Limpiadores de oídos	Pieza	5	Bs. 50	Bs. 250
Hamaca para mascotas	Unidad	5	Bs. 150	Bs. 750
<b>Total</b>				<b>Bs. 4900</b>

Fuente: Elaboración propia.

El siguiente detalle corresponde a las herramientas que se utilizaran para el servicio de Spa, y Experiencia recreativa.

**Tabla 25**

*Herramientas*

<b>Herramientas para Spa y Experiencia Recreativa</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Collares metálicos grandes	Unidad	10	Bs. 170	Bs. 1700
Collares metálicos pequeños	Unidad	10	Bs. 140	Bs. 1400
Cadenas metálicas	Unidad	10	Bs. 180	Bs. 1800
Bozales pequeños	Unidad	10	Bs. 150	Bs. 1500
Bozales grandes	Unidad	10	Bs. 200	Bs. 2000
Comedores	Unidad	5	Bs. 150	Bs. 750
Silbatos	Unidad	5	Bs. 90	Bs. 450
Pelotas macizas	Juego de 24 unidades	1	Bs. 2500	Bs. 2500
<b>Total</b>				<b>Bs. 12100</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.5 Material de Limpieza

El material que se detalla a continuación, es para la utilización de limpieza y desinfección de los ambientes del negocio.

**Tabla 26**

*Material de limpieza*

<b>Material de limpieza</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Total, Año</b>
Detergentes	Unidad	3	25	Bs. 75	Bs. 900
Papel Higiénico	Paquete	1	22	Bs. 22	Bs. 264
Jabón Líquido	Unidad	3	35	Bs. 105	Bs. 1260
Escoba	Unidad	3	30	Bs. 90	Bs. 1080
Trapeadores	Unidad	3	35	Bs. 105	Bs. 1260
Paños	Unidad	5	10	Bs. 50	Bs. 600
<b>TOTAL</b>				<b>Bs. 447</b>	<b>Bs. 5364</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.6 Material de escritorio

El material de escritorio que se detalla a continuación, es para la utilización del funcionamiento del negocio, el cual comprende todos los servicios del Petshop.

**Tabla 27**

*Material de escritorio*

<b>Material de escritorio</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Total Año</b>
Papel bond tamaño carta	Resma	1	45	Bs. 45	Bs. 540
Cuaderno de anotaciones	Unidad	2	25	Bs. 50	Bs. 600
Bolígrafo	Unidad	3	2	Bs. 6	Bs. 72
<b>TOTAL</b>				<b>Bs. 101</b>	<b>Bs. 1212</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.7 Servicios básicos y publicitarios

Los servicios básicos que se utilizarán para el funcionamiento del negocio, se detallan a continuación.

**Tabla 28**

*Servicios básicos y publicitarios*

<b>Servicios básicos y publicitarios</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Total Año</b>
Energía eléctrica	Kwh	1	200	Bs. 200	Bs. 2400
Agua potable	Mensual	1	100	Bs. 100	Bs. 1200
Internet	Mensual	1	150	Bs. 150	Bs. 1800
Publicidad TV	Mensual	1	200	Bs. 200	Bs. 2400
Publicidad radial	Mensual	1	100	Bs. 100	Bs. 1200
<b>TOTAL</b>				<b>Bs. 750</b>	<b>Bs. 9000</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.8 Insumos

El detalle de insumos que se detalla es para el servicio de Spa del Petshop.

**Tabla 29***Insumos para el servicio de spa*

<b>Insumos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Total Año</b>
Shampoo Anti Pulgas	Unidad	5	80	400	4800
Shampoo/Acondicionador	Unidad	5	95	475	5700
Cepillos	Unidad	5	75	375	4500
Perfumes/Colonias	Unidad	5	70	350	4200
Cremas y aceites para masajes	Unidad	5	55	275	3300
Toallas (Juego de 8 Unid.)	Juego	1	310	310	3720
<b>TOTAL</b>				<b>2185</b>	<b>26220</b>

Fuente: Elaboración propia.

**4.1.9 Personal**

Se detalla el personal que se consideró para el giro de negocio de Petshop Patitas,

el sueldo y salarios que corresponde a cada uno más el bono frontera.

**Tabla 30***Personal*

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario</b>	<b>Bono frontera</b>	<b>Total mes</b>	<b>Meses</b>	<b>Total Año</b>
Gerente general	1	Bs. 5000	Bs. 1000	Bs. 6000	12	Bs. 72000
Cajero	1	Bs. 2500	Bs. 500	Bs. 3000	12	Bs. 36000
Médico Veterinario	2	Bs. 4500	Bs. 900	Bs. 5400	12	Bs. 64800
Operarios	2	Bs. 2500	Bs. 500	Bs. 3000	12	Bs. 36000
Chofer	1	Bs. 2500	Bs. 500	Bs. 3000	12	Bs. 36000
Limpieza	1	Bs. 2500	Bs. 500	Bs. 3000	12	Bs. 36000
<b>TOTAL</b>				<b>Bs. 23400</b>		<b>Bs. 280800</b>

Fuente: Elaboración propia

**4.1.9 Total inversión**

La inversión inicial asciende a un monto de Bs. 404.596, compuesta por terreno (alquiler), maquinarias y equipos, muebles y enseres, herramientas, material de limpieza, material de escritorio, servicios básicos y publicitarios, sueldos y salarios e insumos, los cuales representar una inversión muy importante y de un monto significativo cada una, dado que el negocio deberá

gestionar de manera eficiente el ámbito organizativo y administrativo, también se toma en cuenta un fondo para imprevistos que corresponde al 8% es decir un monto de Bs. 32.368

**Tabla 31**

*Inversión*

<b>Total Presupuesto</b>	Bs. 404.596
<b>Imprevisto 8%</b>	Bs. 32368
<b>Total Inversión</b>	Bs. 436964
<b>Capital Propio 70%</b>	Bs. 305875
<b>Financiamiento Bancario 30%</b>	Bs. 131089
<b>Total</b>	Bs. 436964

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2 Presupuesto de operaciones

Se especifica los materiales e insumos que serán necesarios adquirir durante los próximos 5 años a los cuales se está proyectando el presente plan de negocios.

##### 4.2.1 Detalle de gastos

Se detalla los servicios básicos y servicio de alquiler para el buen funcionamiento del Petshosp Patitas, con un costo de Bs. 41.0400 de forma anual.

**Tabla 32**

*Detalle de gastos servicios básicos y alquiler*

Servicios Básicos y alquiler	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Mensual en Bs.	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Energía eléctrica	Kwh	1	Bs. 200	Bs. 2400	Bs. 2400	Bs. 2400	Bs. 2400	Bs. 2400
Agua potable	Mensual	1	Bs. 100	Bs. 1200	Bs. 1200	Bs. 1200	Bs. 1200	Bs. 1200
Internet	Mensual	1	Bs. 150	Bs. 1800	Bs. 1800	Bs. 1800	Bs. 1800	Bs. 1800
Alquiler	Mensual	1	Bs. 3000	Bs. 36000	Bs. 36000	Bs. 36000	Bs. 36000	Bs. 36000
<b>TOTAL</b>			<b>Bs. 3450</b>	<b>Bs. 41400</b>	<b>Bs. 41400</b>	<b>41400</b>	<b>41400</b>	<b>41400</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.2 Servicios publicitarios

Los servicios publicitarios se realizarán mediante las diferentes redes sociales como (Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok y otros), con lo que respecta a la publicidad en la TV y servicio radial tendrá un costo de Bs. 3.600 de forma anual.

**Tabla 33**

*Detalle de gastos de servicios publicitarios*

Servicios publicitarios	Unidad de Medida	Cantidad	Costo					
			Mensual en Bs.	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Publicidad TV	Mensual	1	200	Bs. 2400	Bs. 2400	Bs. 2400	Bs. 2400	Bs. 2400
Publicidad radial	Mensual	1	100	Bs. 1200	Bs. 1200	Bs. 1200	Bs. 1200	Bs. 1200
<b>TOTAL</b>			<b>Bs. 300</b>	<b>Bs. 3600</b>	<b>Bs. 3600</b>	<b>Bs. 3600</b>	<b>Bs. 3600</b>	<b>Bs. 3600</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3 Material de escritorio y limpieza

El material de escritorio y de limpieza tendrá un costo de Bs. 2.748 de forma anual.

**Tabla 34**

*Detalle de gastos de material de limpieza y escritorio*

Material de escritorio y limpieza	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Mensual en Bs.	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Papel bond tamaño carta	Resma	1	45	Bs. 540	Bs. 540	Bs. 540	Bs. 540	Bs. 540
Cuaderno	Unidad	2	25	Bs. 300	Bs. 300	Bs. 300	Bs. 300	Bs. 300
Bolígrafo	Unidad	5	2	Bs. 24	Bs. 24	Bs. 24	Bs. 24	Bs. 24
Detergentes	Unidad	3	25	Bs. 300	Bs. 300	Bs. 300	Bs. 300	Bs. 300
Papel Higiénico	Paquete	1	22	Bs. 264	Bs. 264	Bs. 264	Bs. 264	Bs. 264
Jabón Liquido	Unidad	3	35	Bs. 420	Bs. 420	Bs. 420	Bs. 420	Bs. 420
Escoba	Unidad	3	30	Bs. 360	Bs. 360	Bs. 360	Bs. 360	Bs. 360
Trapeadores	Unidad	3	35	Bs. 420	Bs. 420	Bs. 420	Bs. 420	Bs. 420
Paños	Unidad	5	10	Bs. 120	Bs. 120	Bs. 120	Bs. 120	Bs. 120
<b>TOTAL</b>			<b>Bs. 229</b>	<b>Bs. 2748</b>	<b>Bs. 2748</b>	<b>Bs. 2748</b>	<b>Bs. 2748</b>	<b>Bs. 2748</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.4 Insumos

**Tabla 35**

*Detalle de gastos de insumos para el servicio de Spa y Lavado de mascota.*

Insumos	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Mensual en Bs.	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Shampoo Anti Pulgas	Unidad	5	80	Bs. 960	Bs. 960	Bs. 960	Bs. 960	Bs. 960
Shampoo/Acondicionador	Unidad	5	95	Bs. 1140	Bs. 1140	Bs. 1140	Bs. 1140	Bs. 1140
Cepillos	Unidad	5	75	Bs. 900	Bs. 900	Bs. 900	Bs. 900	Bs. 900
Perfumes/Colonias	Unidad	5	70	Bs. 840	Bs. 840	Bs. 840	Bs. 840	Bs. 840
Cremas y aceites para masajes	Unidad	5	55	Bs. 660	Bs. 660	Bs. 660	Bs. 660	Bs. 660
Toallas (Juego de 8 Unid.)	Juego	1	310	Bs. 3720	Bs. 3720	Bs. 3720	Bs. 3720	Bs. 3720
<b>TOTAL</b>			<b>Bs. 685</b>	<b>Bs. 8220</b>	<b>Bs. 8220</b>	<b>8220</b>	<b>8220</b>	<b>8220</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.5 Otros gastos

Se detalla los sueldos y salarios del personal de Petshop Patitas, basado en el nivel y cargos detallados en el presente plan de negocios, teniendo en cuenta un incremento del 3% al 5%

**Tabla 36**

*Otros gastos*

Cargo	Salario mensual más bono frontera	1 año	2 años 3%	3años 3%	4 años 4%	5 año 5%
Gerente general	Bs. 6000	Bs. 72000	Bs. 74160	Bs. 76385	Bs. 79440	Bs. 83412
Cajero	Bs. 3000	Bs. 36000	Bs. 37080	Bs. 38192	Bs. 39720	Bs. 41706
Médico Veterinario	Bs. 5400	Bs. 64800	Bs. 66744	Bs. 68746	Bs. 71496	Bs. 75071
Operarios	Bs. 3000	Bs. 36000	Bs. 37080	Bs. 38192	Bs. 39720	Bs. 41706
Chofer	Bs. 3000	Bs. 36000	Bs. 37080	Bs. 38192	Bs. 39720	Bs. 41706
Limpieza	Bs. 3000	Bs. 36000	Bs. 37080	Bs. 38192	Bs. 39720	Bs. 41706
<b>TOTAL</b>	<b>Bs. 23400</b>	<b>Bs. 280800</b>	<b>Bs. 289224</b>	<b>Bs. 297901</b>	<b>Bs. 309817</b>	<b>Bs. 325308</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.5 Total salario anual

**Tabla 37**

*Total, salario anual*

Proyección de incremento	3%	3%	4%	5%
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bs. 280800	Bs. 289224	Bs. 297901	Bs. 309817	Bs. 325308

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.6 Total de presupuesto de operación

El presupuesto de operación tendrá un costo de Bs. 336.768, tomando en cuenta los servicios básicos y de alquiler, servicios publicitarios, material de escritorio y limpieza, insumos y sueldos y salarios, los cuales serán necesarios para el funcionamiento del Petshop Patitas, durante el año inicial.

**Tabla 38**

*Total de presupuesto de operación*

Presupuesto de Operación	Costo total	
Servicios básicos y alquiler	Bs	41.400
Servicios publicitarios	Bs	3.600
Material de escritorio y limpieza	Bs	2.748
Insumos	Bs	8.220
Sueldos y salarios	Bs	280.800
<b>TOTAL</b>	<b>Bs</b>	<b>336.768</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3 Financiamiento

Se muestra la distribución del financiamiento en la siguiente tabla: 70% aporte propio y 30% financiamiento.

**Tabla 39**

*Financiamiento*

Capital Propio	Bs	305.875
Préstamo Bancario	Bs	131.089
<b>Total Inversión</b>	<b>Bs</b>	<b>436.964</b>

Fuente: Elaboración propia



Obligaciones bancarias con una tasa de interés del 10% anual	Bs	Bs	Bs	Bs	Bs	Bs
	28.908	28.908	28.908	28.908	28.908	144.540
<b>Total Costos</b>	<b>Bs 375.676</b>	<b>Bs 392.514</b>	<b>Bs 410.195</b>	<b>Bs 428.759</b>	<b>Bs 448.252</b>	<b>Bs 2.055.396</b>
<b>Excedente o Deficit</b>	<b>Bs</b>	<b>Bs</b>	<b>Bs</b>	<b>Bs</b>	<b>Bs</b>	<b>Bs</b>
	-Bs. 436964	<b>125.924</b>	<b>134.166</b>	<b>142.819</b>	<b>151.906</b>	<b>161.446</b>
<b>Saldo Acumulado</b>	<b>Bs 125.924</b>	<b>Bs 260.090</b>	<b>Bs 402.909</b>	<b>Bs 554.815</b>	<b>Bs 716.261</b>	

Fuente: Elaboración propia.

El flujo de caja proyectado de la presente inversión, de acuerdo a los supuestos y regulaciones vigentes, presenta los siguientes resultados:

- Horizonte de evaluación a 5 años de acuerdo a la naturaleza del proyecto de inversión.
- Las ventas son al contado.
- Los costos fijos ascienden a Bs. 336.768
- Los costos variables ascienden a Bs. 10.000, tomando en cuenta que podría haber un cambio a medida que cambia el volumen de ventas.
- Las obligaciones bancarias se cancelan dentro de los próximos cinco años, tomando en cuenta una tasa de interés del 10% anual.
- El saldo acumulado o flujos netos de caja (FNC) señalan los flujos (recursos monetarios) liberados por la actividad del negocio en cada periodo (5 años), los cuales, en este proyecto de inversión, son positivos desde el año 1, por lo tanto, no hay necesidad de asignar recursos para cubrir una liquidez cuando hay FNC negativos.

## 4.6 Evaluación financiera

### 4.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN (Valor Actual Neto) calculado para un periodo de 5 años. Consiste en tomar en cuenta los futuros ingresos, egresos y flujos futuros, descontando la inversión inicial o trasladar al presente, así como sumar todos los valores y restarlos a la inversión inicial y con esto determinar si existe o no alguna ganancia. Si el VAN es mayor a 0; Se acepta la inversión. Si el VAN es menor a 0; Se rechaza la inversión.

**Tabla 42**

VAN

AÑOS	FLUJO DE CAJA		
0	-Bs. 436964		
1	Bs125.924,00	Inversión Inicial	436964
2	Bs134.165,60	Tasa de Interés	12%
3	Bs142.819,28		
4	Bs151.905,64	<b>VAN</b>	<b>Bs. 72228</b>
5	Bs161.446,33		

Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa el VAN es positivo para cinco años con un monto de Bs. 72.228

#### 4.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Consiste en el promedio del rendimiento financiero futuro, dado desde la tasa de interés de la inversión con la que la totalidad de beneficios son iguales a los desembolsos.

**Tabla 43**

TIR

AÑOS	FLUJO DE CAJA		
0	-Bs. 436964		
1	Bs125.924,00	Inversión Inicial	436964
2	Bs134.165,60	Tasa de Interés	10%
3	Bs142.819,28		
4	Bs151.905,64	<b>TIR</b>	<b>Bs. 18%</b>
5	Bs161.446,33		

Fuente: Elaboración propia.

La inversión es económicamente aceptable debido a que el TIR es de 18%., es mayor a la tasa de interés que representa un 10%

Los siguientes indicadores del flujo de caja expresados en bolivianos, fueron los siguientes:

**Tabla 44***Tasa de interés de retorno y valor actual neto*

TIR	18%
VAN	Bs. 72.228

Fuente: Elaboración propia

Como se logra apreciar en la tabla, nuestro valor actual neto es de Bs. 72.228 lo que indica que el proyecto es factible, ya que se recupera la inversión y se obtiene un beneficio adicional, la tasa interna de retorno es del 18%

## 5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS

### 5.1. Supuestos

Se logró demostrar tres tipos de criterios de decisiones del cómo serían las ventas en un escenario optimista, escenario neutro y escenario pesimista para obtener datos aproximados a las ventas de servicios del Petshot según la demanda.

#### 5.1.2 Detalle de ventas

El PetShop se enfrenta al reto de fijar precios por primera vez, tratando de capturar el nivel más alto del mercado, satisfaciendo necesidades que vayan orientadas tanto al cliente como a la empresa.

Los precios que se cobraran por los servicios se han determinado según dos factores, los cuales fueron el estudio de mercado efectuado mediante la encuesta a dueños de mascota, donde se les preguntaba la disponibilidad de pago por los servicios y mediante el cálculo de los costos que deberá incurrir el PetShop. Los servicios se comercializarán a un precio superior. El precio de cada servicio es independiente a las características de las mascotas, tales como tamaño y raza, esto se realizó puesto que existen diferentes razas y necesitan de cuidados, alimentación y su apariencia es diferente en lo que respecta a la estética.

En la siguiente tabla se detalla los servicios ofrecidos por el Petshop, en el cual se especifica la cantidad de servicios, valor unitario, valor mensual y un valor de la venta anual.

#### Escenario optimista

Partiendo de la proyección y tomando en cuenta todos los servicios del Petshop, se realiza el detalle de ingresos mensual y anual, las ventas proyectadas corresponden a los servicios de spa para mascotas, peluquería y lavado de mascotas, guardería y atención médica veterinaria.

**Tabla 45**

*Detalle de ingresos mensual y anual.*

Servicios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Venta anual
Spa para mascotas.	140	Bs 80	Bs 11.200	Bs 134.400
Peluquería y lavado de mascotas	120	Bs 60	Bs 7.200	Bs 86.400

Guardería - Paseos	120 Bs	60 Bs	7.200 Bs	86.400 Bs
Atención Veterinaria	180 Bs	90 Bs	16.200 Bs	194.400 Bs
<b>TOTAL</b>	<b>560 Bs</b>	<b>290 Bs</b>	<b>41.800 Bs</b>	<b>501.600 Bs</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se muestra los servicios que ofrece el Petsshop, y se detallan los montos de la inversión para ofertar el servicio, los costos de operación, estos tomados de manera anual, en un escenario optimista.

La inversión y Operación en personal que corresponde a un monto de Bs. 280.800 no se ha tomado en cuenta en la tabla 42, puesto que estos implican mano de obra directa e indirecta en cada servicio.

La mano de obra directa se refiere a los empleados que participan directamente en la atención específica de cada servicio. En cambio, la mano de obra indirecta se refiere al personal que realiza tareas que ayudan a otros a mantener el funcionamiento del negocio.

**Tabla 46**

*Detalle de inversión, costo de operación y proyección de ventas.*

Servicios	Inversión	Operación/Anual	Venta 1 año	Venta 2 año	Venta 3 año	Venta 4 año	Venta 5 año
Spa para mascotas y lavado de mascotas.	123.796	55.968	220.800	231.840	243.432	255.604	268.384
Guardería – Paseos	80.576	47.748	86.400	90.720	95.256	100.019	105.020
Atención Veterinaria	106.796	47.748	194.400	204.120	214.326	225.042	236.294
<b>TOTAL</b>			<b>501.600</b>	<b>526.680</b>	<b>553.014</b>	<b>580.665</b>	<b>609.698</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se refleja un 5% de tasa de crecimiento anual en las ventas, las cuales están proyectadas a cinco años.

**Tabla 47**  
*Detalle de ventas escenario optimista*

Servicio	Mensual	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Spa para mascotas.	Bs 11.200	Bs 134.400	Bs 141.120	Bs 148.176	Bs 155.585	Bs 163.364
Peluquería y lavado de mascotas	Bs 7.200	Bs 86.400	Bs 90.720	Bs 95.256	Bs 100.019	Bs 105.020
Guardería - Paseos	Bs 7.200	Bs 86.400	Bs 90.720	Bs 95.256	Bs 100.019	Bs 105.020
Atención Veterinaria	Bs 16.200	Bs 194.400	Bs 204.120	Bs 214.326	Bs 225.042	Bs 236.294
<b>TOTAL</b>	<b>Bs 41.800</b>	<b>Bs 501.600</b>	<b>Bs 526.680</b>	<b>Bs 553.014</b>	<b>Bs 580.665</b>	<b>Bs 609.698</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 48**  
*Estado de Resultados*

Estado de Resultado escenario optimista	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Ingresos	501.600	526.680	553.014	580.665	609.698
<b>Costos Directos</b>					
Shampoo Anti Pulgas	960	1.008	1.058	1.111	1.167
Shampoo/Acondicionador	1.140	1.197	1.257	1.320	1.386
Cepillos	900	945	992	1.042	1.094
Perfumes/Colonias	840	882	926	972	1.021
Cremas y aceites para masajes	660	693	728	764	802
Toallas (Juego de 8 Unid.)	3.720	3.906	4.101	4.306	4.522
Total Costos directos	8.220	8.631	9.063	9.516	9.991
Utilidad Bruta	493.380	518.049	543.951	571.149	599.706
<b>Costos Indirectos</b>					
Energía eléctrica	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Agua potable	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Internet	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Alquiler	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Publicidad TV	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Publicidad radial	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Papel bond tamaño carta	540	540	540	540	540

Cuaderno de anotaciones	300	300	300	300	300
Boligrafo	24	24	24	24	24
Detergentes	300	300	300	300	300
Papel Higiénico	264	264	264	264	264
Jabon Liquido	420	420	420	420	420
Escoba	360	360	360	360	360
Trapeadores	420	420	420	420	420
Paños	120	120	120	120	120
Gerente general	72.000	72.000	72.000	72.000	72.000
Cajero	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Médico Veterinario	64.800	64.800	64.800	64.800	64.800
Operarios	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Chofer	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Limpieza	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
<b>Total costos indirectos</b>	<b>328.548</b>	<b>328.548</b>	<b>328.548</b>	<b>328.548</b>	<b>328.548</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>164.832</b>	<b>189.501</b>	<b>215.403</b>	<b>242.601</b>	<b>271.158</b>
<b>Impuestos (IUE) 25%</b>	41.208	47.375	53.851	60.650	67.790
<b>Utilidad neta escenario optimista</b>	<b>123.624</b>	<b>142.126</b>	<b>161.553</b>	<b>181.951</b>	<b>203.369</b>

Fuente: Elaboración propia.

La finalidad del Estado de resultados o de pérdidas y ganancia es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo, que son, en forma general, el beneficio real de la operación del Petshop, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurran negocio y los impuestos que deba pagar, que este caso es el Impuesto a las Utilidades de las Empresas con un 25%

Expresa mostrar el resultado de la información de un período de los ingresos y gastos que se generan en la empresa, así como la utilidad o pérdidas netas, y; como se puede demostrar dentro de la tabla 44 es uno más de los criterios de decisión para inversión, el cual se lo ha elaborado bajo los siguientes supuestos, concluyéndose luego de su enunciación:

- a) Horizonte de evaluación a 5 años de acuerdo a la naturaleza del negocio.
- b) Las ventas representan los servicios de spa y lavado de mascotas, que se proyectan a cinco años.
- c) Las utilidades del ejercicio se dan desde el primer año de vida del proyecto, las cuales se incrementan progresivamente.

### Escenario neutro

De igual manera se logra observar los ingresos en un escenario neutro con Bs. 431.700

**Tabla 49**

*Detalles de ingresos mensual y anual*

Servicios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Venta anual
Spa para mascotas.	135	Bs 70	Bs 9.450	Bs 113.400
Peluquería y lavado de mascotas	115	Bs 55	Bs 6.325	Bs 75.900
Guardería - Paseos	115	Bs 50	Bs 5.750	Bs 69.000
Atención Veterinaria	170	Bs 85	Bs 14.450	Bs 173.400
<b>TOTAL</b>		<b>Bs 260</b>	<b>Bs 35.975</b>	<b>Bs 431.700</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 50**

*Detalle de inversión, costo de operación y proyección de ventas.*

Servicios	Inversión	Operación	Venta 1 año	Venta 2 año	Venta 3 año	Venta 4 año	Venta 5 año
Spa para mascotas y lavado de mascotas.	123.796	55.968	189.300	198.765	208.703	219.138	230.095
Guardería – Paseos	80.576	47.748	69.000	72.450	76.073	79.876	83.870
Atención Veterinaria	106.796	47.748	173.400	182.070	191.174	200.732	210.769
<b>TOTAL</b>			<b>431.700</b>	<b>453.285</b>	<b>475.949</b>	<b>499.747</b>	<b>524.734</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se refleja el 5% de tasa de crecimiento anual.

**Tabla 51**  
*Detalle de ventas escenario neutro*

Servicio	Mensual	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Spa para mascotas.	Bs 9.450	Bs 113.400	Bs 119.070	Bs 125.024	Bs 131.275	Bs 137.838
Peluquería y lavado de mascotas	Bs 6.325	Bs 75.900	Bs 79.695	Bs 83.680	Bs 87.864	Bs 92.257
Guardería - Paseos	Bs 5.750	Bs 69.000	Bs 72.450	Bs 76.073	Bs 79.876	Bs 83.870
Atención Veterinaria	Bs 14.450	Bs 173.400	Bs 182.070	Bs 191.174	Bs 200.732	Bs 210.769
<b>TOTAL</b>	<b>Bs 35.975</b>	<b>Bs 431.700</b>	<b>Bs 453.285</b>	<b>Bs 475.949</b>	<b>Bs 499.747</b>	<b>Bs 524.734</b>

Fuente: Elaboración propia.

### Escenario pesimista

**Tabla 52**  
*Detalles de ingresos mensual y anual*

Servicios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Venta anual
Spa para mascotas.	130	Bs 60	Bs 7.800	Bs 93.600
Peluquería y lavado de mascotas	110	Bs 50	Bs 5.500	Bs 66.000
Guardería - Paseos	110	Bs 40	Bs 4.400	Bs 52.800
Atención Veterinaria	160	Bs 80	Bs 12.800	Bs 153.600
<b>TOTAL</b>		<b>Bs 230</b>	<b>Bs 30.500</b>	<b>Bs 366.000</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 53**  
*Detalle de inversión, costo de operación y proyección de ventas.*

Servicios	Inversión	Operación	Venta 1 año	Venta 2 año	Venta 3 año	Venta 4 año	Venta 5 año
Spa para mascotas y lavado de mascotas.	123.796	55.968	159.600	167.580	175.959	184.757	193.995
Guardería – Paseos	80.576	47.748	52.800	55.440	58.212	61.123	64.179
Atención Veterinaria	106.796	47.748	153.600	161.280	169.344	177.811	186.702
<b>TOTAL</b>			<b>366.000</b>	<b>384.300</b>	<b>Bs 403.515</b>	<b>Bs 423.691</b>	<b>Bs 444.875</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se refleja el 5% de tasa de crecimiento anual.

**Tabla 54***Detalle de ventas escenario pesimista*

<b>Servicio</b>	<b>Mensual</b>	<b>1 año</b>	<b>2 año</b>	<b>3 año</b>	<b>4 año</b>	<b>5 año</b>
Spa para mascotas.	Bs 7.800	Bs 93.600	Bs 98.280	Bs 103.194	Bs 108.354	Bs 113.771
Peluquería y lavado de mascotas	Bs 5.500	Bs 66.000	Bs 69.300	Bs 72.765	Bs 76.403	Bs 80.223
Guardería - Paseos	Bs 4.400	Bs 52.800	Bs 55.440	Bs 58.212	Bs 61.123	Bs 64.179
Atención Veterinaria	Bs 12.800	Bs 153.600	Bs 161.280	Bs 169.344	Bs 177.811	Bs 186.702
<b>TOTAL</b>	<b>Bs 30.500</b>	<b>Bs 366.000</b>	<b>Bs 384.300</b>	<b>Bs 403.515</b>	<b>Bs 423.691</b>	<b>Bs 444.875</b>

Fuente: Elaboración propia.

## CAPÍTULO IV

### 6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

#### 6.1. Personería Jurídica

Es un trámite legal que, con la obtención de la misma, el Petshop PATITAS se constituirá legalmente dentro del país de Bolivia ejerciendo todos sus derechos y obligaciones.

La personería jurídica es el documento más importante que debe tener el negocio, puesto que sin ella la empresa no nacería a la vida jurídica, es donde adquieren derechos y obligaciones ya sean contractuales o legales.

#### 6.2. Registro Legal

El Petshop PATITAS en el marco de la ley, se establece el patrimonio de acuerdo a los siguientes requisitos correspondiente para que de esta forma se lleve a cabo legalmente.

- Seprec
- Licencia de funcionamiento Municipal
- Impuestos Nacionales Servicio
- Caja Nacional de Salud (CNS)
- Gestora Publica de la seguridad social a largo Plazo

#### SEPREC

El registro de la empresa Petshop PATITAS mediante la institución SEPREC se otorga la Matrícula de Comercio.

La matrícula de comercio sirve para adquirir la calidad de comerciante con reconocimiento legal del Estado plurinacional de Bolivia para desarrollar sus actividades empresariales.

Las oficinas de SEPREC se encuentran ubicadas en la Av. Miguel Becerra Toranzo, distrito 1. Zona Miraflores, en la cual la empresa tiene que presentar los siguientes requisitos:

1. Documento de constitución elaborado por abogado y declarado ante notario de fe Pública.
2. Publicación en periódico de circulación nacional.

3. Balance de apertura con certificado de solvencia del profesional que lo elaboró.
4. Poder del representante legal.
5. Formulario de inscripción de la empresa en el Registro de Comercio
6. El NIT servirá a la empresa para estar registrada y poder funcionar legalmente.
7. El trámite de la inscripción se realizará en las instalaciones en el impuesto nacional ubicada en la zona central.

### **Licencia de funcionamiento Municipal**

El Petshop PATITAS genera una actividad de servicios dentro de la ciudad de Cobija en el departamento Pando, por lo cual debe tramitar su patente municipal que le autorizara la apertura de su actividad económica o servicio y posteriormente al impuesto de sus ingresos municipales.

De conformidad a la declaración jurada, la licencia se tramitará en las instalaciones de ingresos municipales ubicada en la zona central de la ciudad de Cobija.

### **Requisitos para la licencia de funcionamiento**

1. Documento de identidad del titular o cedula de identidad de extranjero con radicatoria (original y fotocopia).
2. Factura o pre factura de luz que acredite el domicilio donde realizara su actividad y el de su residencia habitual (original y fotocopia).
3. Certificado de inscripción a Seprec.
4. Documento de exhibición del NIT o cartel de registro.

### **Impuestos Nacionales**

Cuando una persona, empresa, sociedad u organización inicia una actividad económica y/o se relaciona con algún impuesto, debe registrarse ante el servicio de impuestos nacionales (SIN) en padrón nacional de contribuyentes a fin de obtener su número de identificación tributaria (NIT).

De la información recabada en el sistema de impuestos nacionales, los requisitos para tramitar el NIT y emitir factura con crédito fiscal son los siguientes:

Para personas naturales (incluye unipersonales):

1. Documento de identidad del titular o cedula de identidad de extranjero con radicatoria (original y fotocopia)
2. Factura o pre factura de luz que acredite el domicilio donde realizara su actividad y el de su residencia habitual (original y fotocopia)

### **Caja Nacional de Salud**

Los empleadores y trabajadores de las empresas de Bolivia deben afiliarse a la caja nacional de salud CNS, para acceder a los servicios de salud en caso de enfermedades y accidentes, los que brindan son:

- Form. AVC-01
- Form AVC-02
- Form. RCI-1A Vacía
- Solicitud dirigida al jefe departamental Nacional de Afiliado
- Fotocopia C.I. del responsable o Representante legal
- Fotocopia NIT
- Balance de apertura aprobado y sellado por el Servicio Nacional de Impuestos Internos (fotocopia)
- Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado)
- Nómina del personal con fecha de nacimiento
- Croquis de la ubicación de la Empresa
- Examen Pre-Ocupacional (100 bs por trabajador) se debe efectuar el depósito en la ventanilla correspondiente (división de tesorería)

### **Gestora Pública de la seguridad social a largo Plazo**

La gestora publica es una empresa Pública Nacional Estratégico con el único objetivo de administrar y presentar los fondos del sistema de pensiones, prestaciones, beneficios entre otros.

Los colaboradores del Petshop PATITAS deberán acudir a la Gestora Publica a registrarse e inscribirse para aportar al sistema de pensiones. De acuerdo a las leyes vigentes todas las empresas con nuevos colaboradores deben registrarse al sistema integral de personal (SIP).

El aporte de Asegurado (Laborales), el empleador tiene la obligación de actuar como agente de retención, descontar y pasar mensualmente el 12,71% del Total Ganado de cada uno de sus dependientes.

Y los siguientes pasos son:

- Se le asegura un Código Único del Asegurado CUA de forma vitalicia.
- Debe realizar en la Gestora su registro y la declaración de derecho habitantes
- suscribiendo y firmando el siguiente formulario
- Formulario de Registro – Sistema Integral de Pensiones (SIP)
- Fotocopia de cedula de identidad.
- Fotocopia de documento de identidad de sus derechos ambientes (opcional)

### **Ministerio de trabajo (ROE)**

- Formulario registro obligatorio de empleadores (ROE) llenado (3 copias)
- Depósito de Bs. 80 a la cuenta número: 501-5034475-3-17 del Banco de crédito de Bolivia normas legales vigentes en el país.
- El empleador y/o empresa inscritos en el mencionado registro que deberá presentar obligatoriamente el trámite de Visado de planillas trimestrales de sueldos y salarios.

### **6.3.Organización empresarial**

La estructura organizativa para el Petshop Patitas, es un organigrama vertical, basado en lineamientos de gestión y promoviendo una correlación entre las responsabilidades y los cargos asignados. El organigrama de la empresa estará conformado de la siguiente forma:

### **6.4.Personal**

**Tabla 55**

*Gerente General*

Denominación	Gerente General
Perfil del cargo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional con título en provisión nacional en administración de empresas o ramas afines.</li> <li>• Experiencia general de 3 años</li> <li>• Capacidad de liderazgo</li> <li>• Cursos de especialización en dirección de empresas.</li> </ul>

---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> </ul>
Funciones generales	Planifica, organiza, dirige y controla de mejor manera todas las actividades de la empresa, la misma que determine el cumplimiento de las metas y objetivos.

---

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 56***Cajero*

Denominación	Cajero
Perfil del cargo	Nivel Técnico Medio en Contabilidad General o estudiante de último año preferentemente en la carrera de contaduría pública, esta persona será la encargada de realizar los cobros respectivos a los clientes por cada pedido.
Funciones generales	Realizar los cobros por los servicios prestados Mantener un contacto permanente con los clientes para obtener de ellos información relevante que ayude a mejorar día a día los servicios.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 57***Médico veterinario*

Denominación	Médico Veterinario
Perfil del cargo	Profesional con título en provisión nacional de Médico Veterinario Experiencia profesional según corresponda.
Funciones generales.	Atender a todas las mascotas que acudan al Petshop, cuando se origine alguna emergencia.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 58***Operario*

Denominación	Operario
Perfil del cargo	Estudiantes de la carrera de Medicina, Veterinaria y Zootecnia. Experiencia en cargos similares.
Funciones generales	Se encarga de la realización de los diferentes servicios de SPA (peluquería y estética).

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 59***Chofer*

Denominación	Chófer
Perfil del cargo	Licencia de conducir tipo B
Funciones generales	Transportar a las mascotas desde su casa hasta la tienda y viceversa, por lo que es fundamental que los choferes cuenten con las licencias de conducir y seguros adecuados para operar los vehículos de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 60***Personal de limpieza*

Denominación	Personal de Limpieza
Perfil del cargo	Título de bachiller. Contar con experiencia en limpieza Disponibilidad de tiempo.
Funciones generales	Encargado (a) de la limpieza antes, durante y después de cerrar el negocio.

Fuente: Elaboración propia

### **6.5.Procedimientos técnicos – administrativos**

Es el procedimiento técnico - administrativo mediante el cual el personal se puede guiar y cumplir a cabalidad sus funciones. Esto conlleva la responsabilidad administrativa del negocio, coordina las actividades diarias para la provisión de todos los productos e insumos necesarios.

## CAPÍTULO V

### Conclusiones

Con el presente proyecto, el cual es un plan de negocios para un Petshop denominado PATITAS, se ha logrado desarrollar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptación de la idea de negocio, como también se ha establecido un proceso operativo para el funcionamiento más eficiente de la tienda, se ha preparado un plan financiero adecuado a la proyección de inversión general de la idea de negocio, cabe mencionar que también se describen a detalles los pasos a seguir para gestionar y tramitar la documentación legal para la puesta en marcha del negocio.

Se han obtenido resultados que generan buenas expectativas, esta afirmación está basada en los siguientes aspectos:

El proyecto es viable desde el punto de vista social y económico, porque suple una necesidad real no satisfecha de crear un negocio para mascotas que puedan brindar un servicio integral, donde se ofrezca todo lo necesario para el cliente, dueño de mascota, esto identificado a través de la interacción con la población demandante donde se identifica que actualmente, no existe un negocio que brinde todos los servicios en un solo local.

La estrategia de este proyecto propone que el cliente sienta que recibe un servicio especializado, personalizado, oportuno y profesional que le brinde confianza.

Teniendo en consideración que la propuesta de valor y el concepto del presente plan de negocios, han tenido resultados favorables en la investigación de mercado y en el análisis de las proyecciones financieras de Petshop Patitas, con un valor actual neto (VAN) de Bs. 37201 lo que indica que el proyecto es atractivo, ya que se recupera la inversión y se obtiene un beneficio adicional, la tasa de interés de retorno (TIR) es del 13% lo que significa que es factible llevar a cabo la inversión y se concluye que las perspectivas son altamente favorables, tanto para las expectativas de la demanda como para la viabilidad financiera del proyecto.

## **Recomendaciones**

Para lograr el éxito buscado, Petshop Patitas deberá iniciar sus actividades comerciales, brindando los servicios que se desarrollan a lo largo de todo el estudio, con la finalidad de asegurar el requerimiento de los servicios ofrecidos.

De acuerdo al presente estudio, el mercado objetivo puede llegarse a cubrir desde el primer año, por lo que esta actividad puede convertirse en un punto de partida para sostener el lanzamiento de nuevas unidades de negocios relacionadas con el sector. La actualización de los equipos será un factor importante para el éxito del negocio, puesto que se asegura un servicio de primera en cualquier momento a lo largo del tiempo, asegurando la satisfacción de los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldaz, N (2022). *Plan de negocio para la creación de tienda que comercialice productos para mascotas en la ciudad de Quito*. Recuperado de: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/13919/4/UDLA-EC-TMAE-2022-11.pdf>
- Coren, S. (2021). ¿Los perros y los gatos son el reemplazo para los hijos? .Psychology Today.
- Espinoza, M y Murillo, A. (2018). *Herramientas Publicitarias utilizadas por las organizaciones en el marketing digital. Seminario de Graduación para optar al título de Licenciada en Mercadotecnia*. Recuperado de: <https://repositorio.unan.edu.ni/9409/1/19048.pdf>
- Foddy, WH (1194). *Construcción de preguntas para entrevistas y cuestionarios: teoría y Práctica en la investigación social* (Nueva. Ed.). Cambridge, Reino Unido, Cambridge UniversityPress. Recuperado de: [https://www.scirp.org/\(351jmbntvsjt1aadkozje\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1681310](https://www.scirp.org/(351jmbntvsjt1aadkozje)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1681310)
- Martinez, E. (2014). *El Modelo de Negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica*. Recuperado de: [https://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537\\_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Merodio (2013). *Orientaciones o enfoques de aplicación de la filosofía de marketing*. Recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Negocios/ORIENTACIONES-O-ENFOQUES-DE-APLICACION-DE-LA-FILOSOFIA-DE-MARKETING/1122666.html>
- Moreano. CB. (2024) *redes sociales y su impacto en el entorno digital de las empresas*. Recuperado de <file:///C:/Users/kumin/Downloads/10531-Texto%20del%20art%C3%ADculo-54577-2-10-20240418.pdf>
- Rodriguez, C. (2018). *Plan de negocios para la creación de la “Tienda de Mascotas San Francisco”, en la ciudad de Santa Marta* Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3226/Plan%2>

0de%20negocios%20Tienda%20de%20mascotas%20febrero%2013%202017%20apro  
bado-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

# ANEXOS

## Anexo 1

### ENCUESTA

Plan de Negocios para el Petshop Patitas en la ciudad de Cobija.

Edad:

**1. ¿Cree que es necesario la existencia de un lugar que integre todos servicios para su mascota?**

- a) Si
- b) No

**2. ¿Cuál es el precio (en bolivianos) que usted pagaría por el de atención para su mascota?**

- a) Entre 20 y 35
- b) Entre 35 y 55
- c) Entre 55 y 65
- d) 65 en adelante

**3. Cuenta con una mascota en su hogar**

- a) Si
- b) No

**4. ¿Qué tipo de mascotas tiene?**

- a) Perro
- b) Gato
- c) Ave
- d) Conejo
- e) Peces
- f) Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

**5. ¿Con qué frecuencia usted compra o destina recursos para la atención y cuidado para mascotas o veterinaria?**

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Quincenalmente
- d) Mensualmente
- e) Otros
- f) Nunca

6. ¿Cuánto es el gasto promedio (en bolivianos) que usted realiza cuando visita una tienda para mascotas o veterinaria?

- c) Entre 30 y 50
- d) Entre 50 y 100
- e) Entre 100 y 150
- f) Entre 150 y 200
- g) Entre 250 y 300
- h) Más de 300

6. ¿Cuál es la razón por la que usted frecuentaría una tienda de mascotas que integre todos los servicios en un solo lugar? Puede seleccionar mas de una.

- a) Tiempo
- b) Confianza
- c) Ubicación
- d) Concientización
- e) Cultura
- f) Status

7. Enumere del 1 al 5 los servicios que compra con más frecuencia (siendo 5 el más frecuente y 1 el menos frecuente)

	5	4	3	2	1
a) Atención Veterinaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Servicio de spa, lavado y corte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Experiencia recreativa para mascotas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Adiestramiento para mascotas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Cumpleaños para mascotas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. ¿Dónde y con qué frecuencia arregla a su mascota (bañarlo, cortarle las uñas y/o el pelo, etc.)

	Cada mes	Cada tres meses	Cada seis meses	Cada año	Nunca
a) En casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Spa para mascotas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Veterinaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿En qué zona de la ciudad de Cobija, le gustaría que este ubicada la tienda de mascotas?

