



UNIVERSIDAD
DE ATACAMA

FACULTAD DE TECNOLÓGICA

DEPTO. DE TECNOLOGÍAS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS,
ACCESORIOS, CUIDADO E HIGIENE PARA MASCOTAS EN COPIAPO**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el Título Ingeniero de Ejecución en Administración de Empresas.

Profesor guía: Mg. José Castillo Varas

Claudia Ibarbe Muñoz

Copiapó, Chile 2024

Agradecimientos

Hoy es un día importante tanto para mí como para mi familia, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a mi familia, por su valioso apoyo y paciencia a lo largo de este proceso.

Agradezco a mi mamá y hermanos que me han brindado su apoyo incondicional. Su motivación me ha impulsado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles de toda mi vida y carrera universitaria.

Asimismo, expreso mi gratitud a mis profesores de carrera que contribuyeron con sus aportes, recursos, su valioso tiempo y por su inspiración en todo mi proceso de esta etapa universitaria.

Finalmente, agradezco a mis perritos canela y tilín por todo este tiempo que necesitaba apoyo emocional, por cada lamido en mis manos donde con tan solo mirarlos me animaban a no bajar los brazos y seguir estudiando. Esto es por ustedes y por mí.

Índice de contenidos

CAPÍTULO I	9
INTRODUCCION	9
1.2 Objetivo General	10
1.3 Objetivo Especifico	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEORICO.....	11
2.1 Árbol de Problemas	11
2.2 Árbol de Objetivos.....	13
2.3 Modelo Canvas	14
2.4 Análisis 5 fuerzas de Porter.....	15
2.5 Análisis Foda	17
2.6 Cadena de valor.....	18
2.7 Valor actual neto	20
2.8 Tasa interna de retorno	21
2.9 Índice valor actual neto	22
2.10 Plazo de recuperación.....	23
2.11 Punto de equilibrio	24
2.12 Estudios de proyecto	26
2.13 Estudio de mercado.....	27
2.14 Estudio técnico	28
2.15 Estudio organizacional administrativo	29
2.16 Estudio legal	30
2.17 Estudio financiero	31
CAPÍTULO III	33
PERFIL DEL PROYECTO.....	33
3.1 Descripción del problema	33
3.2 Contexto.....	34
3.3 Árbol de problema	41
3.4 Árbol de objetivos	42
CAPÍTULO IV	43
ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	43

4.1 Visión	43
4.2 Misión.....	43
4.3 Objetivos estratégicos	43
4.4 Ventajas competitivas	44
4.5 Análisis del macroentorno (PETS).....	44
4.5.1 Análisis político	44
4.5.2 Análisis económico	45
4.5.3 Análisis Social	46
4.6 Conclusión del Análisis Pest.	47
4.7 Análisis del microentorno.....	48
4.7.1 Análisis de poder negociador de los clientes	48
4.7.2 Análisis de poder negociador de proveedores.....	48
4.7.3 Análisis de amenazas de nuevos entrantes	49
4.7.4 Análisis de amenaza de nuevos productos	50
4.7.5 Análisis de competencia.....	50
4.8 Conclusión de Análisis Porter	51
4.9 Amenazas:	51
4.10 Oportunidades:	52
4.11 Debilidades:	52
4.12 Fortalezas:	53
4.13 Análisis de resultados.....	53
CAPITULO V.....	55
ESTUDIO DE MERCADO.....	55
5.1 Determinación de la Muestra	55
5.2 Encuesta	55
.....	58
5.3 Mix de las 4 P	66
CAPITULO VI.....	68
ESTUDIO TECNICO.....	68
6.1 Identificación y descripción del proceso	68
6.2 Determinación del tamaño óptimo del proyecto.....	69
6.2.1 Identificación de insumos y suministros del proyecto	69
CAPITULO VII.....	75

ESTUDIO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVO	75
7.1 Logo empresa.....	75
7.2 Organigrama	76
7.3 Descripción del cargo.....	76
7.4 Determinación de costos.....	79
7.5 Cadena de valor.....	80
CAPITULO VIII.....	81
ESTUDIO LEGAL	81
CAPITULO IX	83
ESTUDIO FINANCIERO.....	83
8.1 Punto de equilibrio.....	83
.....	83
8.2 Proyección de ingresos	84
.....	84
8.2.1 Proyección de costos y gastos.....	84
8.2.2 Gastos comunes	84
8.2.3 Pagos remuneraciones de personal	85
.....	85
8.2.5 Valores consulta veterinaria, peluquería canina, etc.....	85
8.3 Flujo de caja	86
.....	86
8.4 Valor actual neto (Van)	86
.....	86
.....	86
8.5 Tasa interna de retorno (Tir)	87
8.6 Periodo de recupero (payback)	88
Conclusión	89
Bibliografía.....	90

Índice de Ilustración

Ilustración 2.1 Árbol de problema.....	13
Ilustración 2.2 Árbol de objetivos.....	14
Ilustración 2.3 Modelo canvas 1	16
Ilustración 2.4 5 Fuerzas de Porter.....	19
Ilustración 2.5 Cadena de valor.....	20
Ilustración 2.6 Calculo valor actual neto.....	21
Ilustración 2.7 Formula calculo tir	23
Ilustración 2.8 Calculo payback	24
Ilustración 2.9 Formula de punto de equilibrio	36
Ilustración 2.11 Alimento Biofresh	37
Ilustración 2.12 Alimento purina excellent	38
Ilustración 2.13 Alimento Purina Doko.....
Ilustración 2.14 Árbol de problemas
Ilustración 2.15 Árbol de objetivo.....
Ilustración 2.17 Grafico 2.....	56
Ilustración 2.18 Grafico 3.....	56
Ilustración 2.19 Grafico 4.....
Ilustración 2.20 Grafico 5.....
Ilustración 2.21 Grafico 6.....	58
Ilustración 2.22 Grafico 7.....
Ilustración 2.23 Grafico 8.....	60
Ilustración 2.24 Grafico 9.....
Ilustración 2.25 Grafico 10.....
Ilustración 2.26 Grafico 11	61
Ilustración 2.27 Grafico 12.....
Ilustración 2.28 Grafico 13.....
Ilustración 2.29 Grafico 14.....
Ilustración 2.30 Grafico 15.....
Ilustración 2.31 Diagrama de procesos	68
Ilustración 2.32 Calle O'Higgins 550
Ilustración 2.33 Av. Los Carreras 3115

Ilustración 2.34 Atacama 540.....	
Ilustración 2.35 Logo empresa	75
Ilustración 2.36 Organigrama.....	76
Ilustración 2.37 Cadena de valor.....	
Ilustración 2.38 Punto de equilibrio	
Ilustración 2.39 Proyección de ingresos.....	
Ilustración 2.41 Gastos comunes.....	
Ilustración 2.42 Pagos remuneraciones de personal.....	
Ilustración 2.43 Inversión inicial de insumos oficina	
Ilustración 2.44 Valor consulta veterinaria, peluquería canina, etc.....	85
Ilustración 2.45 Flujo de caja	
Ilustración 2.46 Calculo van.....	
Ilustración 2.47 Calculo Tir.....	87
Ilustración. 2.48 Calculo payback.....	88

Índice de tablas

Tabla N°1 Identificación de insumos.....	69
Tabla N°2 Implementos insumos.....	70
Tabla N°3 Compras artículos de oficina.....	71
Tabla N°4 Compras artículos de aseo.....	71
Tabla N°5 Realización de servicios.....	72
Tabla N°6 Ventas de productos.....	72
Tabla N°7 Despachos a domicilio.....	73
Tabla N° 8 Descripción del cargo.....	76
Tabla N° 9 Descripción del cargo.....	77
Tabla N° 10 Descripción del cargo.....	77
Tabla N° 11 Descripción del cargo.....	78
Tabla N° 12 Descripción del cargo.....	78
Tabla N° 13 Descripción del cargo.....	79
Tabla N° 14 Tabla de remuneraciones.....	79

CAPÍTULO I

INTRODUCCION

El aumento que existe entre perros y gatos en la región de Atacama es alto, ya sea por tutores irresponsables, mascotas perdidas o abandonadas. Hay agrupaciones que se hacen cargo de muchos de estos casos sobre animales callejeros, pero no están dando a basto, ya que normalmente estos casos conllevan a animales con enfermedades, atropellos graves y esterilizaciones. En Copiapó hay más de 10 clínicas veterinarias que ayudan a las agrupaciones en temas de hospitalización, cirugías, esterilizaciones y otros, además de que sus precios son muy elevados, los ayudan dándoles facilidades pagos.

Actualmente la sociedad ha cambiado mucho su manera de pensar y/o opinar sobre los animales de compañía, la juventud hoy en día decide adoptar perros y gatos antes que tener hijos propios y así van idealizando su hogar.

Es importante que los tutores aprendan a leer y conocer los ingredientes de los alimentos que les dan a sus mascotas, debido a que no todos alimentos secos son naturales y de buena calidad, algunos alimentos comerciales su primer ingrediente es “subproducto de” y esto quiere decir que no es un buen ingrediente, dado que los subproductos son materiales obtenidos de animales que no están destinados al consumo humano y estos son los residuos de matadero (piel, huesos, cuernos y pezuñas, sangre, grasa y despojos).

Además, lo primordial es realizar cada 6 meses un chequeo veterinario para comprobar que la salud de la mascota este correctamente, ya sea por sus vacunas que corresponden en los primeros meses de vida de la mascota y enfermedades que a medida que van creciendo se van presentando con el tiempo.

1.2 Objetivo General

Proveer productos y servicios de calidad para el cuidado y bienestar de las mascotas, ofreciendo una amplia variedad de alimentos, accesorios, y atención especializada, con el fin de mejorar la calidad de vida de los animales y satisfacer las necesidades de los dueños, en un ambiente amigable y accesible.

1.3 Objetivo Especifico

1. Optimizar la tienda en línea para facilitar la compra de productos y la entrega a domicilio, logrando un incremento del 30% en las ventas digitales en los próximos 6 meses.
2. Charlas y talleres educativos sobre nutrición animal, como leer y conocer los ingredientes que van en los alimentos de sus mascotas.
3. Capacitar al personal en atención al cliente y conocimientos sobre animales con el fin de mejorar la calidad del servicio y conocimiento del equipo.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1 Árbol de Problemas

El árbol de problema es una es una herramienta que permite obtener información, utilizada principalmente en la planificación y evaluación de proyectos, pero también valiosa en el contexto de la investigación. Este árbol tiene como objetivo identificar las causas y efectos de un problema o situación específica, ayudando a analizar y comprender las relaciones entre ellos. (Fuente: Anónimo – 22 de agosto del 2023)

La elaboración de un árbol del problema se lleva a cabo en las siguientes etapas:

1. **Identificación del problema central:** El primer paso es identificar y definir el problema central que se desea abordar en el trabajo de investigación. Este problema debe ser concreto y específico, de manera que se pueda desarrollar un análisis exhaustivo.
2. **Identificación de causas:** Cuando se ha establecido el problema central, se debe identificar las diferentes causas que contribuyen a su existencia. Estas causas pueden ser de naturaleza social, económica o política, dependiendo del tema de investigación.
3. **Identificación de consecuencias:** Después, se identifican los efectos o consecuencias de las causas previamente identificadas.
4. **Identifica las manifestaciones:** Identificar cuáles son esas expresiones que me permiten visualizar que ese problema está ocurriendo.
5. **Identificar posibles soluciones:** Finalmente, se generan posibles soluciones para cada una de las causas identificadas. Estas soluciones deben ser realistas y prácticas, y deben estar enfocadas en resolver los efectos negativos.

En la imagen se puede observar que los efectos son las ramas, el problema central es el tronco y las causas son las raíces.

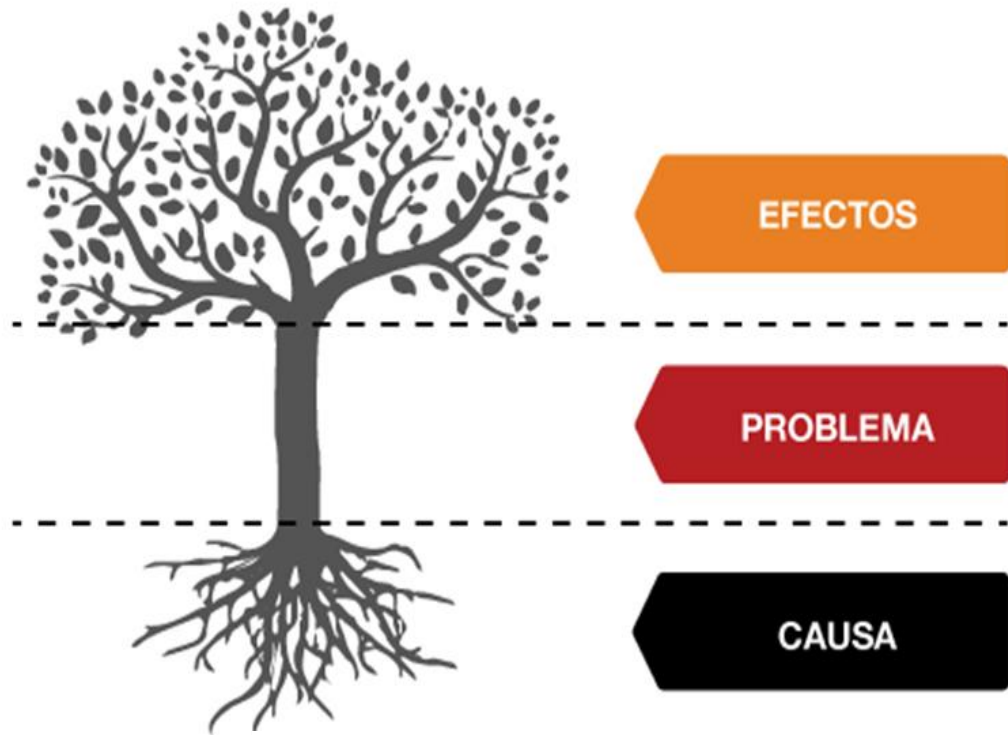


Ilustración 2.1 Árbol de problema

2.2 Árbol de Objetivos

Un árbol de objetivos es una herramienta de planificación que se utiliza para transformar los problemas identificados en un árbol de problemas en objetivos positivos a alcanzar, se enfoca en las soluciones y los resultados deseados.

En la siguiente imagen podemos observar y comparar los dos tipos de árboles. El de problemas, va desde las raíces (donde están las causas) hacia los efectos. El de objetivos, desde el fin hacia las acciones, en dirección contraria. (Fuente: Anónimo – 22 de agosto del 2023).

Como podemos observar ambos árboles tienen el mismo formato, si bien ambos árboles son complementarios, uno árbol busca el problema y sus causas, y el otro árbol busca solucionar.

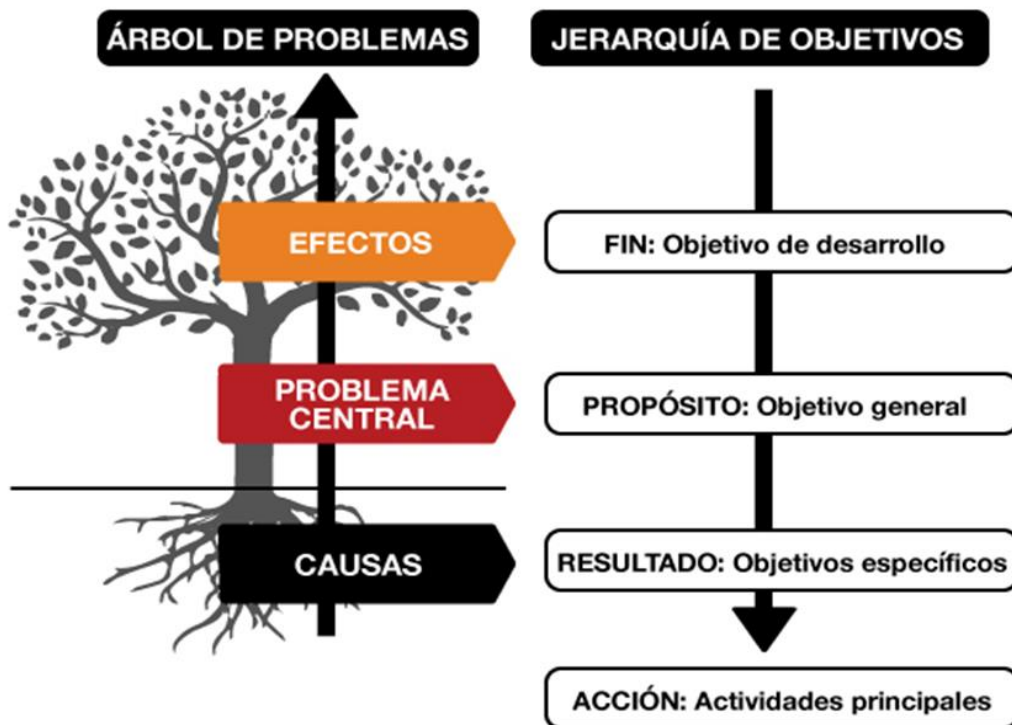


Ilustración 2.2 árbol de objetivos

Beneficios de un árbol de objetivos

- Visualizaciones claras de las metas
- Priorización efectiva
- Enfoque constante en los logros

2.3 Modelo Canvas

El modelo canvas es una herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en los principales aspectos que involucran al negocio y gira en torno a la propuesta de valor que se ofrece.

El modelo canvas fue creado y diseñado por el doctor Alexander Osterwalder y se puede ampliar información en su libro “Generación de modelos de negocio”. Este modelo, se integra dentro de la metodología lean-startup que basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente mediante el aprendizaje validado.

Beneficios del modelo Canvas

- Amplios puntos de enfoque
- Análisis estratégicos
- Nuevas ideas de negocios
- Identificar elementos claves de tu empresa

Este modelo es ideal para transformar una idea brillante en un proyecto concreto, ayudando a visualizar cómo una idea se convertirá en un negocio real y sostenible. Además, el modelo va cambiando y evolucionando a medida que el negocio crece, descubres más sobre tus clientes, surgen nuevas ideas e irás ajustando tu modelo canva.



Ilustración 2.3 modelo canvas 1

2.4 Análisis 5 fuerzas de Porter

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es un marco estratégico que se utiliza para evaluar la competitividad de una industria y comprender las dinámicas del mercado. Este análisis ayuda a las empresas a identificar su posición en el mercado y desarrollar estrategias para mejorar su competitividad.

Las cinco fuerzas descritas por Michael E. Porter en su libro «Estrategia competitiva: Técnicas para analizar industrias y competidores» de 1982, son cruciales para evaluar la capacidad de una empresa para generar beneficios. (Fuente: anónimo, 2008).

Aquí se detallan las 5 fuerzas de Porter

1. **Amenaza de Nuevos Entrantes:** Se refiere a la posibilidad de que nuevas empresas ingresen al mercado. Cuando las barreras de entrada son bajas, la amenaza es alta, lo que puede aumentar la competencia y reducir la rentabilidad de las empresas establecidas.
2. **Poder de Negociación de los Proveedores:** Analiza el grado de control que los proveedores tienen sobre las empresas. Si hay pocos proveedores o si estos ofrecen insumos únicos, pueden exigir precios más altos, lo que afecta la rentabilidad de las empresas.
3. **Poder de Negociación de los Compradores:** Evalúa la influencia que los consumidores tienen sobre el precio y las condiciones del mercado. Si los consumidores tienen muchas opciones, pueden negociar precios más bajos, lo que puede reducir los márgenes de beneficio de las empresas.
4. **Amenaza de Productos Sustitutos:** Considera la existencia de productos o servicios alternativos que puedan satisfacer la misma necesidad del cliente. Una alta cantidad de sustitutos puede limitar la capacidad de las empresas para aumentar precios y reducir su rentabilidad.
5. **Rivalidad entre los Competidores Existentes:** Mide el grado de competencia entre las empresas que ya están en el mercado. Una alta rivalidad puede llevar a guerras de precios, publicidad agresiva y diferenciación constante, afectando negativamente la rentabilidad de las empresas.

¿Para qué sirve el análisis de las 5 fuerzas de Porter?

- **Evaluación del Entorno Competitivo:** Proporciona una visión clara de la competitividad en una industria, ayudando a las empresas a entender su posición.
- **Identificación de Estrategias:** Ayuda a formular estrategias para mejorar la posición competitiva, ya sea aumentando barreras de entrada, diversificando proveedores o creando lealtad en los consumidores.
- **Evaluación de Oportunidades y Amenazas:** Permite identificar oportunidades en el mercado, así como amenazas potenciales que podrían afectar el rendimiento de la empresa.
- **Planificación Estratégica:** Facilita la toma de decisiones informadas al considerar factores competitivos, lo que es crucial para el desarrollo de planes de negocio.
- **Mejora de la Rentabilidad:** Al comprender las fuerzas que afectan la rentabilidad, las empresas pueden actuar para optimizar sus operaciones y maximizar beneficios.

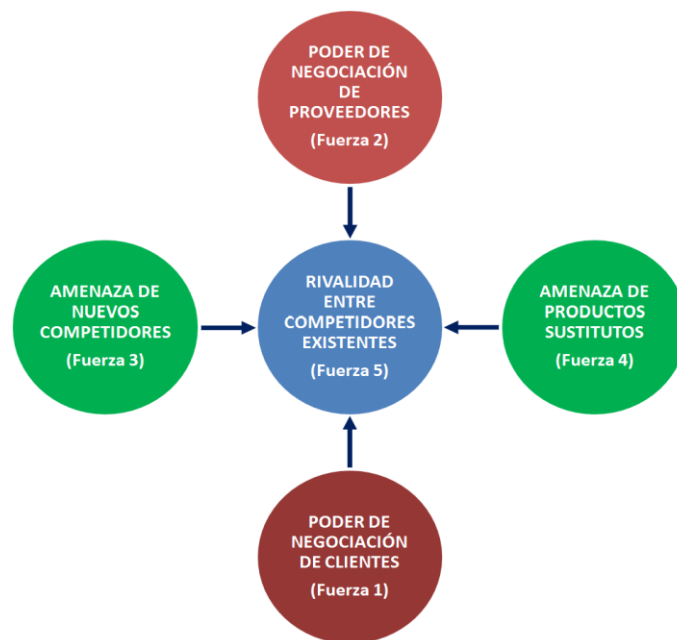


Ilustración 2.4 5 fuerzas de Porter

2.5 Análisis Foda

El análisis FODA es una técnica que permite conocer el estado de situación de una organización, producto, servicio o proyecto en un mercado determinado. Su nombre es una sigla conformada por la primera letra de las siguientes palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. (Fuente anónimo, 2010)

El objetivo del análisis FODA es brindar datos para la toma de decisiones y diseñar un plan estratégico de negocio. Los datos surgen a partir del análisis, tanto de las ventajas competitivas y las debilidades de la organización, como de las oportunidades y las amenazas del mercado que pueden impactar en el negocio, como lo vamos a detallar de la siguiente manera:

- **Fortalezas:** Corresponden a las variables internas y positivas que están relacionadas con los atributos, ventajas diferenciales y todas las cualidades que tiene el elemento a analizar (que puede ser un servicio, un negocio, un producto) y que lo destacan de los competidores.
- **Debilidades:** Corresponden a las variables internas y negativas que están relacionadas con las deficiencias y aspectos que debe mejorar el elemento a analizar (producto, servicio, negocio) para ser rentable, competitivo y sostenible en el mercado.
- **Oportunidades:** Corresponden a las variables externas y positivas que están relacionadas con el momento o circunstancia del entorno en el que se desarrolla nuestro negocio y que puede significar un beneficio para la organización.
- **Amenazas:** Corresponden a las variables externas y negativas que están relacionadas con los problemas y las novedades del entorno en el que se desarrolla nuestro negocio. Comprende la situación del mercado y de los competidores directos, que puede afectar en mayor o menor medida a nuestro negocio.

2.6 Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que nos permite entender y ayudar a las empresas a identificar mejor cómo una empresa crea su ventaja competitiva y actividades de valor.

El origen de este concepto surge en 1985 cuando el profesor Michael E. Porter de la Universidad de Harvard introdujo el análisis de la cadena de valor en su libro «Competitive Advantage». Para ello se sirvió del análisis utilizado previamente por McKinsey & Co. Porter ahondó más en el análisis con el objetivo de mejorar la rentabilidad de las empresas. (Fuente Rosario Peiró, 05 de julio, 2017).

La cadena de valor se puede estudiar de tres formas diferentes y las tres formas son:

- Cadena de valor para los servicios de la empresa.
- Cadena de valor de McKinsey.
- Cadena de valor de Porter.

Se compone de una serie de actividades, desde la concepción del producto hasta la entrega al cliente, y se divide generalmente en dos categorías:

1. **Actividades primarias:** Están directamente relacionadas con la creación de un producto o servicio y su entrega. Estas contribuyen:
 - **Logística interna:** Recepción, almacenamiento y distribución de materias primas.
 - **Operaciones:** Proceso de convertir materias primas en el producto final.
 - **Logística externa:** Almacenamiento del producto terminado y distribución al cliente.
 - **Marketing y ventas:** Estrategias para vender el producto y atraer clientes.
 - **Servicio:** Atención al cliente, mantenimiento, soporte postventa.
2. **Actividades de apoyo:** No están directamente relacionadas con la producción, pero son esenciales para la eficiencia y efectividad de las actividades primarias que incluyen:
 - **Infraestructura de la empresa:** Gestión general, planificación, finanzas, etc.
 - **Gestión de recursos humanos:** Reclutamiento, formación y desarrollo del personal.
 - **Desarrollo tecnológico:** Investigación y desarrollo, mejora de procesos y productos.
 - **Adquisiciones:** Compras de insumos y otros recursos necesarios.

¿Para qué nos sirve la cadena de valor en una empresa?

- ✓ **Identificar ventajas competitivas:** Permite a las empresas a identificar áreas donde se pueda mejorar su eficiencia o calidad y así poder diferenciarse de la competencia.
- ✓ **Reducción de costos:** Ayuda a identificar áreas donde se pueden reducir costos, para llevar una mejor rentabilidad.
- ✓ **Mejora de la satisfacción del cliente:** Las empresas pueden enfocarse en mejorar la experiencia del cliente.
- ✓ **Estrategia de negocios:** Sirve como base para la formulación de estrategias para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo.

En resumen, la cadena de valor proporciona un marco útil para analizar y mejorar las operaciones de una empresa, ayudando a maximizar el valor para el cliente y la rentabilidad para la empresa.



Ilustración 2.5 cadena de valor

2.7 Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) es una herramienta financiera utilizada para evaluar la rentabilidad de una inversión o proyecto. Se basa en el principio de que el dinero tiene un valor en el tiempo, es decir, el dinero que tienes hoy vale más que el mismo monto en el futuro debido a su potencial de inversión. (Fuente: anónimo, 2010)

El van es la diferencia entre el valor presente de los flujos de caja esperados de una inversión y la inversión inicial. Se calcula utilizando una tasa de descuento que refleja el costo de oportunidad del capital (la tasa de retorno que podrías obtener invirtiendo ese dinero en otro lugar).

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - CF_0$$

C₀: Inversión inicial.

C_t: Flujo de efectivo en el periodo t.

t: Periodo t.

k: tasa equivalente al costo de capital.

Ilustración 2.6 calculo valor actual neto

Beneficios de valor actual neto

1. **Evaluación de proyectos:** Permite determinar si un proyecto es rentable, si el VAN es positivo, significa que la inversión generara más dinero del que costara, lo que indica que es una buena opción.
2. **Comparación de inversiones:** Facilita la comparación de diferentes proyectos o inversiones, ya que puedes calcular el VAN para cada uno y elegir el que ofrezca el mayor retorno.
3. **Decisiones de financiamiento:** Ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas, ya sea a través del capital propio o deuda.

4. **Análisis de sensibilidad:** Permite analizar diferentes tasas de descuento o flujos de caja futuros donde pueden afectar la rentabilidad de una inversión.
5. **Planificación financiera:** Es útil para prever el valor de flujos de efectivo futuros y ayudar en la estrategia financiera de una empresa.

Por lo que, el valor actual neto es una herramienta esencial en la toma de decisiones financieras que ayuda a evaluar la viabilidad económica de proyectos e inversiones, asegurando que los recursos se utilicen de manera efectiva.

2.8 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad esperada que ofrece una inversión y se mide en porcentaje sobre la inversión realizada. Cuánto más alta es la TIR mayor es la rentabilidad esperada de la inversión.

Está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). De hecho, la TIR también se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero (Fuente: Andrés Sevilla Arias, 15 de julio, 2014)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Ilustración 2.7 formula calculo tir

Donde:

F_t: son los flujos de dinero en cada periodo (T)

I₀: es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)

n: es el número de periodos de tiempo

El cálculo de la TIR implica encontrar la tasa que hace que el VPN sea igual a cero y, por lo general, se realiza mediante métodos iterativos o con herramientas financieras y software especializado.

Con la tasa interna de retorno, se logra detallar los puntos claves más importantes para una empresa:

1. **Evaluación de Proyectos:** La TIR ayuda a los inversores y gerentes a decidir si un proyecto de inversión debe aceptarse o rechazarse. Si la TIR es mayor que el costo de capital o una tasa de rendimiento mínima esperada, el proyecto es considerado viable.
2. **Comparación de Inversiones:** Permite comparar la rentabilidad de diferentes proyectos o inversiones, ayudando a priorizar aquellos que ofrecen un mejor rendimiento.
3. **Toma de Decisiones:** Al tener una tasa esperada de retorno, las empresas pueden tomar decisiones informadas sobre dónde asignar recursos, optimizando así su portafolio de inversiones.
4. **Análisis de Sensibilidad:** La TIR también se utiliza en el análisis de sensibilidad para evaluar cómo los cambios en los flujos de caja afectan la rentabilidad de un proyecto.
5. **Planificación Financiera:** Ayuda a las empresas a planificar sus finanzas a largo plazo, asegurando que se realicen inversiones que sean financieramente sostenibles.

Por lo tanto, podemos entender que la Tasa Interna de Retorno es una herramienta fundamental en la toma de decisiones de inversión, ya que proporciona una estimación de la rentabilidad esperada de un proyecto y permite comparar diferentes alternativas de inversión de manera efectiva.

2.9 Índice valor actual neto

El IVAN es una relación que se utiliza para evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión. Se calcula dividiendo el Valor Actual Neto (VAN) de los flujos de caja futuros de un proyecto entre la inversión inicial. El IVAN proporciona una medida de cuántos dólares se generan por cada dólar invertido. (Fuente: Anónimo, 2008)

- **Flujo de Caja (t):** son los flujos de caja esperados en cada período (t) .
- **R:** es la tasa de descuento (puede ser la tasa de retorno requerida).
- **Inversión Inicial:** es el costo inicial del proyecto.

Beneficios del Índice de Valor Actual Neto

- Evaluación de Proyectos
- Comparación de Inversiones
- Toma de Decisiones
- Optimización de Recursos
- Planificación Financiera

2.10 Plazo de recuperación

El payback o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones. (Fuente: Víctor Velayos Morales, José Francisco López, 1 marzo 2020).

$$\sum_{j=0}^{T_p} \frac{F_j}{(1+i)^j} = 0$$

Donde:

- T_p = Payback, período de recuperación, tiempo de pago.
- F_j = Flujo Neto en el Período j
- i = Tasa de Descuento del Inversionista (TMAR)
- n = Horizonte de Evaluación

Ilustración 2.8 calculo payback

Con el payback podemos observar sus pro y contras donde encontramos siete puntos claves de ellos:

- **Evaluación de Riesgo:** Proporciona una visión rápida de cuán pronto se recuperará la inversión, lo que ayuda a evaluar el riesgo asociado con un proyecto. A menor plazo, menor riesgo.

- **Comparación de Proyectos:** Permite comparar diferentes proyectos de inversión. Generalmente, se prefiere invertir en proyectos con plazos de recuperación más cortos.
- **Decisiones de Financiamiento:** Ayuda a las empresas a tomar decisiones sobre si deben financiar un proyecto a corto plazo, ya que indica la rapidez con la que recuperarán su inversión.
- **Planificación de Flujo de Caja:** Facilita la planificación financiera al mostrar cuándo se puede esperar recuperar la inversión, lo que puede ser crucial para la administración del efectivo.
- **No considera el valor del dinero en el tiempo:** No tiene en cuenta la tasa de interés ni el valor actual de los flujos de caja futuros.
- **No considera flujos de caja después del período de recuperación:** Ignora los beneficios o costos que ocurran después de que se recupere la inversión inicial.
- **No mide rentabilidad:** Solo indica el tiempo, sin evaluar cuánto se ganará o perderá a largo plazo.

2.11 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es el nivel mínimo de ventas en el que los costos totales se igualan con los ingresos. Este punto no es más que el mínimo necesario para no perder dinero, donde el beneficio es cero. A partir de ese punto, la empresa comienza a generar ganancias. Es esencial conocerlo para saber cuál es el mínimo necesario para sobrevivir en el mercado. (Fuente: Enrique Rus Arias, José Antonio Ludeña, 11 mayo 2024.)

$$Q_e = \frac{C_f}{(P_{vu} - C_{vu})}$$

Ilustración 2.9 formula de punto de equilibrio

Como observamos en la imagen, Q_e (cantidad) los C_f (costos fijos) de la empresa y en denominador el margen de contribución, como la diferencia entre P_{vu} (precio venta unitario) y C_{vu} (costo

variable unitario). De esta manera, la cantidad necesaria será aquella que permita cubrir el importe de los Cf en que incurre la empresa.

Determinación de Costos:

- **Costos Fijos:** Aquellos que no cambian con la producción, como alquiler, salarios de personal permanente, y seguros.
- **Costos Variables:** Costos que cambian directamente con el nivel de producción, como materiales y mano de obra directa.

Ventajas de calcular el punto de equilibrio:

- **Evaluación de Rentabilidad:** Ayuda a los gerentes y propietarios a determinar cuántas unidades deben venderse para empezar a generar ganancias.
- **Toma de Decisiones:** Facilita decisiones sobre precios, producción y costos. Si una empresa no puede alcanzar su punto de equilibrio, puede necesitar ajustar sus precios o reducir costos.
- **Planificación Financiera:** Ayuda en la planificación de ingresos y gastos, identificando umbrales de viabilidad financiera.
- **Control de Costos:** Permite identificar si los costos fijos o variables están en niveles aceptables y realizar ajustes cuando es necesario.
- **Análisis de Sensibilidad:** Facilita la simulación de diferentes escenarios (cambios en costos, precios, o volumen de ventas) para ver cómo afectan el punto de equilibrio.
- **Evaluación de Riesgos:** Proporciona información sobre qué tan sensible es el negocio a cambios en el volumen de ventas, permitiendo gestionar mejor los Riesgos Financieros.

Desventajas del punto de equilibrio:

- **Supone ventas constantes:** No considera la variabilidad del mercado, la estacionalidad o cambios en la demanda.
- **No considera el valor del dinero en el tiempo:** No incluye el impacto de la inflación u otras variables económicas que pueden afectar los flujos de caja.
- **Formato simple:** No da una imagen completa de la rentabilidad total o del rendimiento a largo plazo de la inversión.

En resumen, el Punto de Equilibrio es una herramienta esencial para la planificación y gestión financiera, permitiendo a las empresas entender cuánto deben vender para no incurrir en pérdidas y trazar estrategias para alcanzar sus objetivos financieros.

2.12 Estudios de proyecto

El estudio de proyectos es de suma importancia, ya que permite evaluar la viabilidad y factibilidad de llevar a cabo determinadas propuestas. A través de este proceso, se analizan diversos aspectos como los objetivos, los recursos necesarios, los riesgos, las implicaciones legales y financieras, entre otros.

Uno de los beneficios más destacados del estudio de proyectos es que ayuda a minimizar los riesgos y maximizar las oportunidades de éxito. Al analizar detalladamente cada aspecto del proyecto, se pueden identificar posibles obstáculos y encontrar soluciones anticipadas, lo que reduce la probabilidad de fracaso. (Fuente: anónimo, 2010).

Componentes de un estudio de proyecto:

1. **Definición del Proyecto:** Descripción clara del objetivo, alcance y propósito del proyecto.
2. **Análisis de Viabilidad:** Evaluación de si el proyecto es factible técnica, económica y legalmente. Esto puede incluir revisiones de mercado, análisis de costos y beneficios, y revisión de normativas.
3. **Estudio de Mercado:** Investigación sobre el mercado objetivo, incluyendo la demanda, competencia, tendencias y segmentos de clientes.
4. **Estimación de Costos:** Detalle de los costos asociados al proyecto, incluyendo costos de inversión inicial, operación y mantenimiento.
5. **Planificación Financiera:** Proyecciones de ingresos y flujos de caja, análisis de rentabilidad y retorno de inversión (ROI).
6. **Análisis de Riesgos:** Identificación de posibles riesgos que podrían afectar el proyecto y estrategias para mitigarlos.
7. **Cronograma:** Esquema temporal de las diferentes etapas del proyecto, incluyendo fechas de inicio y finalización.

8. **Impacto Ambiental y Social:** Evaluación de cómo el proyecto afectará el entorno y la comunidad local, en caso de que aplique.
9. **Plan de Implementación:** Estrategias y pasos para llevar a cabo el proyecto desde su inicio hasta su finalización.

Ventajas de un estudio de proyectos

- Toma de Decisiones
- Minimización de Riesgos
- Asignación de Recursos
- Atracción de Inversionistas
- Estrategia de Marketing
- Control y Evaluación
- Mejora Continua

2.13 Estudio de mercado

Un estudio de mercado es una revisión hecha por las empresas de un nicho de mercado, para determinar qué tan viable es y qué tan conveniente, por ende, sería invertir su dinero en desarrollarlo. En pocas palabras, es una exploración previa que hacen las empresas para determinar si una actividad económica determinada es o no lo suficientemente lucrativa o sostenible en el tiempo para resultarle conveniente. (Fuente: Editorial Etecé, 5 de agosto de 2021).

Componentes de un estudio de mercado:

1. **Definición del Problema:** Identificación clara del objetivo del estudio, lo que se quiere saber o resolver.
2. **Objetivos del Estudio:** Establecimiento de metas específicas que se quieren alcanzar con la investigación.
3. **Metodología:** Selección de métodos a utilizar, que pueden ser cualitativos (entrevistas, grupos focales) o cuantitativos (encuestas, análisis estadístico).
4. **Segmentación de Mercado:** Clasificación del mercado en grupos específicos de consumidores con características y necesidades similares.

5. **Análisis de la Competencia:** Evaluación de competidores actuales y potenciales, incluyendo sus fortalezas, debilidades, productos y estrategias.
6. **Investigación de Consumidores:** Recopilación de datos sobre los gustos, preferencias y comportamientos de compra de los consumidores.
7. **Tendencias de Mercado:** Análisis de las tendencias económicas, sociales y tecnológicas que pueden afectar el mercado.
8. **Conclusiones y Recomendaciones:** Síntesis de la información recopilada con sugerencias sobre cómo utilizar esos hallazgos para tomar decisiones.

Beneficios de realizar un estudio de mercado

- Comprensión del Consumidor
- Identificación de Oportunidades
- Minimización de Riesgos
- Desarrollo de Estrategias
- Análisis de la Competencia
- Optimización del Producto
- Toma de Decisiones Informadas
- Validación de Ideas

2.14 Estudio técnico

Un estudio técnico es una herramienta fundamental para cualquier proyecto o emprendimiento que se quiera llevar a cabo. Se trata de un análisis detallado y exhaustivo de los aspectos técnicos y operativos que se requieren para llevar a cabo una idea o proyecto. Este estudio permite evaluar la viabilidad del proyecto, identificar los recursos necesarios, establecer los procesos y procedimientos adecuados, y determinar los costos y beneficios esperados. (Fuente: Anónimo, 2010)

En que consiste un estudio de mercado:

Consiste en la descripción del Proyecto donde presenta el proyecto o idea a analizar, detallando su naturaleza, objetivos y alcance. Analizar los Requerimientos e identificar los requisitos necesarios para que el proyecto sea exitoso, incluyendo funcionales, técnicos y normativos.

Un estudio de viabilidad técnica, se evalúa si la tecnología y los recursos necesarios están disponibles y si son adecuados para llevar a cabo el proyecto. Diseño de un sistema especificando las características técnicas, los procesos y las herramientas que se utilizarán, así como la arquitectura general del proyecto. El plan de implementación describe cómo se llevará a cabo el proyecto, incluyendo fases, cronograma, recursos requeridos y responsabilidades. Una evaluación de riesgos Identificando posibles problemas y obstáculos que podrían surgir durante la implementación del proyecto y propone estrategias para mitigarlos.

Los costos y presupuestos, Se estiman los costos asociados con la realización del proyecto, incluyendo materiales, mano de obra, y otros gastos necesarios. Y por último lo más importante son las normativas y regulaciones donde se verifica que el proyecto cumpla con las normativas locales, nacionales e internacionales que puedan ser aplicables.

Un estudio técnico nos sirve para ver qué tan viable es el proyecto, la mejora de toma de decisiones, identificar los riesgos, facilitar la dirección y el control, ahorrar costos y mejorar la calidad de especificaciones y estándares necesarios.

2.15 Estudio organizacional administrativo

El estudio organizacional y administrativo atiende los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y normativas legales asociadas.

Para cada proyecto y estrategia particular es posible definir la estructura organizativa que mejor se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra. (Fuente: domingo, noviembre 22).

Ventajas de un estudio organizacional

- Diagnostico organizacional
- Análisis de estructura
- Evaluación de procesos
- Estudio financiero

- Revisión de normativas y políticas
- Identificación de problemas y oportunidades
- Propuestas de mejora

El estudio organizacional-administrativo es una herramienta clave para cualquier entidad que busque mejorar su funcionamiento y alcanzar sus metas más efectivamente. Al proporcionar un análisis profundo de la operación interna y ofrecer recomendaciones específicas, permite a la organización adaptarse y prosperar en un entorno dinámico y competitivo.

2.16 Estudio legal

El estudio legal se refiere al proceso de investigación y análisis de los conceptos y principios del derecho. Esto implica la lectura y análisis de documentos legales, la interpretación de leyes y reglamentos, y la aplicación de principios jurídicos a situaciones específicas. El estudio legal es fundamental para cualquier persona que desee entender y aplicar la ley, ya sea que esté trabajando en una empresa, en un tribunal o en una oficina de abogados. (Fuente: Mia Miñan, mayo 2024).

Componentes de un estudio legal:

- Investigación jurídica
- Análisis de casos
- Interpretación de normas
- Identificación de riesgos

Beneficios de un estudio legal:

- Claridad y comprensión clara de leyes y regulaciones que afectan a una persona o entidad
- Cumplimiento normativo para garantizar que la organización cumpla con todas las leyes y regulaciones pertinentes.
- Mitigación de riesgos para identificar los riesgos y acciones para evitar repercusiones legales.
- Protección de derechos para una persona o entidad respecto a sus propiedades, contratos y obligaciones.

- Orientación de negociaciones una base clara para acuerdos permitiendo a las partes entender sus obligaciones y derechos.
- Asesoramiento continuo brindando la posibilidad de establecer un marco legal continuo que se ajuste a cambios normativos y circunstancias futuras.
- Imagen profesional para las organizaciones, tener un estudio legal para mejorar la reputación y confianza ante sus clientes e inversionistas.

2.17 Estudio financiero

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción.

Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (Fuente: Ana Pérez, 23 abril 2021).

Puntos claves de un estudio financiero:

- Análisis estados financieros
- Análisis de rentabilidad
- Proyecciones financieras
- Evaluación de liquidez
- Análisis de costos

Ventajas de un estudio financiero:

- Toma de decisiones informadas para proporcionar datos claros y precisos.
- Gestión eficiente de recursos para optimizar el uso de recursos financieros mejorando la rentabilidad.
- Atracción de inversionistas para generar confianza en inversores potenciales y facilitar la obtención de financiamiento.
- Evaluación de rendimiento facilitando el análisis histórico y la comparación con sectores de la industria.

Desventajas de un estudio financiero

- Los costos asociados pueden ser costosos, especialmente si se requiere asistencia profesional.
- La dependencia de datos históricos, se basan en datos antiguos.
- Interpretación de resultados puede ser complejo y requerir experiencia lo que puede llevar a malos entendidos.
- Los factores externos llevan a cambios económicos, políticos o de mercado que puedan afectar la validez de análisis.
- Un estudio financiero puede no considerar factores cualitativos que impacten la situación financiera, la cultura organizacional o la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO III

PERFIL DEL PROYECTO

3.1 Descripción del problema

La elección de alimentos para mascotas es un aspecto crucial de la tenencia responsable de los animales. Sin embargo, muchos dueños de mascotas carecen de información clara y precisa sobre la nutrición animal adecuada. Esta falta de entendimiento puede resultar en decisiones de alimentación inadecuadas que afectan la salud y el bienestar de las mascotas.

Existen varios factores que contribuyen a este problema:

- Desinformación en línea que varía en calidad y fiabilidad que provoca confusión sobre que alimentos son realmente nutritivos y seguros para las mascotas.
- Etiquetas engañosas muchos productos en el mercado presentan etiquetas que puede ser difíciles de interpretar, lo que dificulta que los dueños tomen decisiones informadas.
- Falta de educación sobre la nutrición animal son insuficientes, no se dedica suficiente tiempo de educar a los dueños sobre las necesidades de sus mascotas.
- Los costos existen barreras económicas que impiden a algunos dueños acceder alimentos de buena calidad, lo que los lleva a optar por opciones más baratas, pero menos nutritivas.

Como resultado de estos factores, las mascotas pueden enfrentar problemas de salud, como la obesidad, alergias alimentarias y deficiencias nutricionales. Es fundamental implementar estrategias educativas que ayuden a los dueños a comprender las necesidades dietéticas de sus animales, para así promover la salud y el bienestar de las mascotas.

3.2 Contexto

Su nombre científico es *Canis lupus familiaris*, pero históricamente se ha conocido al perro como “el mejor amigo del hombre”. Aún resulta materia de discusión hace unos cuantos años y donde comienza la interacción entre los humanos y su ancestro el lobo gris. Existe evidencia arqueológica que demuestra una antigüedad de al menos treinta mil años, considerada así la primera especie animal en ser domesticada y en varios lugares del mundo a la vez, tanto en Europa como en Oriente. Tal ha sido el impacto en nuestra historia, que a lo largo del tiempo muchas civilizaciones convirtieron a los perros en deidades (Formas de dios, divinidad o entidad mística). Tenemos el ejemplo de Anubis (guardián de tumbas) en Egipto y Xólotl (el dios perro) para los mayas. (Fuente: Zorayda Coello, Periodista especializada en el mundo animal. 17 julio 2024).

El bienestar animal es el cuidado y trato adecuado que se les da a los animales para asegurar que estén saludables. Es garantizar que vivan en buenas condiciones y puedan comportarse de manera natural. Para esto se deben considerar tres aspectos para ejercer una tenencia consciente y responsable, el correcto funcionamiento del organismo, es decir, que los animales estén sanos y bien alimentados, el estado emocional del animal, tomando en consideración la ausencia de emociones negativas tales como el miedo crónico y el dolor. Y, por último, se debe permitir la expresión de la mayor cantidad de conductas propias de la especie en cuestión, en como olfatear, morder y desgarrar, en el caso de los caninos explorar, rasguñar y acicalarse, en el caso de los felinos, todo lo anterior el significado del bienestar animal, aunque el termino va más allá de la ausencia de enfermedad o lo mínimo requerido, lo que se busca es el máximo desarrollo a nivel de bienestar físico, mental y emocional. (Fuente: Zorayda Coello, Periodista especializada en el mundo animal. 17 julio 2024).

Cuando hablamos de bienestar animal en perros y gatos nos referimos a brindarles algo más simple que una alimentación. Lo que se busca es entregarles una nutrición con una dieta rica y balanceada. No solo es dar los cuidados respectivos al animal, sino que proporcionales regularmente controles veterinarios a método de prevención de enfermedades. La ausencia de emociones negativas como la frustración, si no que dedicarle tiempo la mayor cantidad de momentos que lo alegren.

La asociación mundial de médicos veterinarios y otras organizaciones internaciones han establecido el principio de las cinco libertades, por medio del cual se garantiza el bienestar de un animal al cumplir con los siguientes requisitos: (Fuente: Sánchez Esther).

- Libertad de sed, hambre y mala nutrición.
- Libertad de incomodidades.
- Libertad de dolor, lesiones y enfermedad.
- Libertad para expresar su comportamiento normal.
- Libertad de miedo y distrés o sufrimiento emocional.



Ilustración 2.10 pirámide de las necesidades del perro y gato.

El vínculo humano-animal es definido por la asociación mundial de médicos veterinarios como una relación dinámica y mutuamente beneficiosa entre personas y animales que es influenciada por comportamientos esenciales para la salud y el bienestar de ambos.

En el mundo actual, los animales domésticos se han posicionado como una figura en el entorno familiar y en el concepto de hogar. Se consideran como animales de compañía a aquellos que comparten y dependen de los humanos, aquellos que interactúan y reciben un trato de cuidado. Los perros y gatos son considerados un miembro más en muchas familias, con los que se comparten actividades, se preocupan por su salud, se les compran regalos, se juega a diario e incluso duermen en la misma habitación. Este vínculo ha llevado a la creación de nuevos conceptos, como familias Inter especie o Multi especie definidas como el rol del integrante no humano de la familia mascotas como seres sintientes y claves en el ciclo vital familiar.

¿Estas alimentando bien a tu perruno o gatuno?

Como saber si estas alimentando bien a tus perritos o gatitos, tienes que fijarte en el orden de los ingredientes que aparecen en la etiqueta del envase. ¿Sabías que van de mayor a menor cantidad con el total del alimento? Por ejemplo, si el primer ingrediente es carne de pollo, significa que la mayor parte del alimento es pollo, si en el último ingrediente es pollo, significa que solo hay un poco de este alimento. Es por esto que se recomienda no escoger alimentos cuyo primer ingrediente sea harina de maíz u otro cereal. Otro ingrediente importante es el tipo de proteína que contiene el alimento. La proteína de origen animal es esencial para que sus organismos funcionen correctamente. (Fuente: Roubaud E, perrunos y gatunos. Penguin Random House grupo editorial, Victoria Gallardo.)

La palabra subproductos animal se refiere a huesos y grasas animales. Cuando vemos harina de subproductos, hablamos a estos ingredientes, pero molidos. No es exactamente la misma calidad.

Dejaremos un ejemplo que ilustren la diferencia entre un de alimentos premium, alimento estándar y alimento de baja calidad:

- **Alimento premium:** carne de pollo fresca, arenque entero fresco, carne de pavo deshuesada, huevos enteros, hígado de pollo, lentejas, manzanas, cúrcuma, etc.
- **Alimento estándar:** proteína de ave deshidratada, harina de salmón, tapioca, grasa de ave, mix de cereales, proteína aislada de soya, etc.
- **Alimento de baja calidad:** maíz, harinilla de soya, harina de carne y hueso, grasa de bovino y/o cerdo, harina de subproductos de aves, menudencias de pollo, colorantes, etc.



Ilustración 2.11 Alimento Biofresh

Biofresh Súper Premium es la elección ideal para los guardianes de gatos que buscan una nutrición excepcional. Este alimento sin granos se centra en proteínas y grasas de alta calidad, 100% de origen animal, con carnes frescas liderando la lista de ingredientes. Perfecto para los sistemas digestivos sensibles de los carnívoros estrictos, Biofresh ofrece un bajo contenido de carbohidratos procedentes de fuentes alternativas. Además, su innovadora tecnología de conservación mantiene las propiedades nutritivas de los alimentos frescos, garantizando que cada bocado sea tan saludable como delicioso.



Ilustración 2.12 Alimento purina excellent

Alimento seco para adultos de todos los tamaños EXCELLENT® Skin Care con Salmón. Proteína alternativa para adultos con pieles sensibles. Con omega 6 y 3, zinc y vitaminas A y E para una piel saludable. Algunos de sus ingredientes son: Maíz, harina de salmón, gluten de maíz, arroz, grasa animal (cerdo y bovino), hidrolizado (polvo y/o líquido) de vísceras de pollo, aceite de pollo, fibra de soya.



Ilustración 2.13 Alimento Purina Doko

Alimento seco para perros Adultos de todos los tamaños DOKO® sabor Carne, Pollo, Cereales y Vegetales. Un alimento 100% completo y balanceado con 4 fuentes de proteína, de las cuales 40% es de fuente animal. Un solo producto con 15 beneficios que ayudan a la salud, como músculos fuertes, piel sana, pelaje saludable, y más. Ahora sin colorantes artificiales añadidos. Algunos de sus ingredientes son: Maíz, afrechillo de trigo, harina de plumas de pollo, harina de carne y hueso bovino, harina de soya, sebo animal (cerdo y bovino)

Notas la diferencia ¿cierto?

También existe la dieta natural, la cual consiste en darles comida cruda y fresca, como carne, frutas y vegetales, tratando así de imitar lo que se comerían si vivieran en la naturaleza. Con esta dieta se busca que estén más sanos, con dientes fuertes, una buena digestión y que se sientan mejor. Pero hay que tener cuidado, porque se requiere de una buena planificación para así recibir los nutrientes necesarios y por un especialista veterinario capacitado en el área de la nutrición.

¿Le has dado antiparasitario interno y/o externo a tu perro o gato?

Los parásitos pueden causarles enfermedades graves y es importante que sepas que pueden estar dentro o fuera de su organismo, y no solo se sienten incomodos, sino que también pueden afectar

su salud a largo plazo como alergias en la piel e incluso transmitir enfermedades a los humanos. Al desparasitarlos los ayudamos a mantenerse saludables y felices y también protegemos a nuestra familia y a nosotros mismos.

Las pulgas y garrapatas no solo les causan comezón y problemas en la piel, sino que también pueden enfermarlos gravemente. Las garrapatas son especialmente peligrosas porque pueden transmitir enfermedades como la erliquiosis (una bacteria un tanto peculiar que, entre otras afecciones, puede provocar anemia en los animales). Las pulgas también transmiten otros parásitos que están en su interior, que terminan en los intestinos del animal. Mantenerlos libres de estos enemigos no solo los mantiene mejor, sino que también los protege de enfermarse y evitar que contagien a otros animales.

Generalmente se recomienda desparasitar cada treinta o noventa días para mantener a la mascota protegida contra estos parásitos. Existen varios tipos de desparasitantes para las mascotas donde nombraremos uno de ellos que son los más comunes que se han visto en la industria canina y felina:

Canina:

- Bravecto, protección por 12 semanas y/o 1 mes, comprimido masticable.
- Simparica, protección mensual, comprimido masticable.
- Credelio, protección mensual., comprimido masticable.

Felina:

- Bravecto, protección por 12 semanas, pipeta formato líquido.
- Advantage, protección mensual, pipeta formato líquido.
- Advocate, protección mensual, pipeta formato líquido.
- Revolution plus, protección mensual, pipeta formato líquido.

Las vacunas para perros y gatos son tan importantes que evitan que contraigan enfermedades muy peligrosas como el distemper y el parvovirus. El calendario de vacunas suele variar, ya que reciben la primera dosis contra las enfermedades comunes en su especie. Luego de la primera se administran dos vacunas de refuerzos que es inyectable de veintidós días entre cada una. Posteriormente, estas vacunas se aplican una vez al año para mantener su inmunidad. La vacuna

antirrábica se aplica a los dos meses y al año de edad, para luego repetirse cada año para protegerlos contra esa enfermedad mortal.

Los exámenes de sida felino (VIF) y leucemia felina (feLv) son fundamentales para asegurar que los gatos estén sanos. Estas enfermedades pueden ser muy serias y afectar a muchos gatos. Es por esto que es importante realizar exámenes y nos ayuda a descubrir si un gato tiene estos virus desde temprana edad, lo que es clave para comenzar el tratamiento adecuado, también nos permite tomar medidas para evitar que se contagien otros gatos.

Los trastornos del comportamiento son una de las principales causas de abandono animal a lo largo de todo el mundo. Muchas veces es el resultado de la combinación de varios, entre los que se pueden mencionar la genética, comportamientos heredados, causas médicas, aprendizajes inapropiados asociados a una vivencia traumática, estrés o ansiedad. Normalmente se recomienda profesionales que integren conocimientos de medicina y comportamientos como un etólogo clínico. Algunos problemas de comportamientos en perros pueden ser:

- Fobias
- Conducta destructiva
- Problemas de sociabilización con perros

Algunos problemas de comportamientos en felinos pueden ser:

- Agresividad
- Hiperactividad o sobreactividad
- Destrucción de muebles por medio del arañado.

La agresividad es una problemática compleja y común de ver en los perros. Se entiende que por comportamientos agresivos son aquellas acciones destinadas a intimidar o dañar. Las causas que dan origen a la agresividad canina están ligada a múltiples factores que se asocian a heredabilidad, ambiente, emociones, aprendizaje, problemas prenatal, neonatal o sensible de sociabilización, así como las experiencias traumáticas a lo largo de la vida, causas fisiológicas y enfermedades.

La agresividad es un perro puede estar dirigida hacia perros con los que convive, perros desconocidos, miembros humanos de la familia, personas desconocidas u otras especies de

animales e incluso las motos o bicicletas. A continuación, se detallarán algunas agresividades muy comunes en caninos:

- Agresividad por protección de recursos.
- Agresividad por miedo.
- Agresividad por causa orgánica (estado de salud del animal).
- Agresividad predatoria (instinto cazador de los perros).

3.3 Árbol de problema

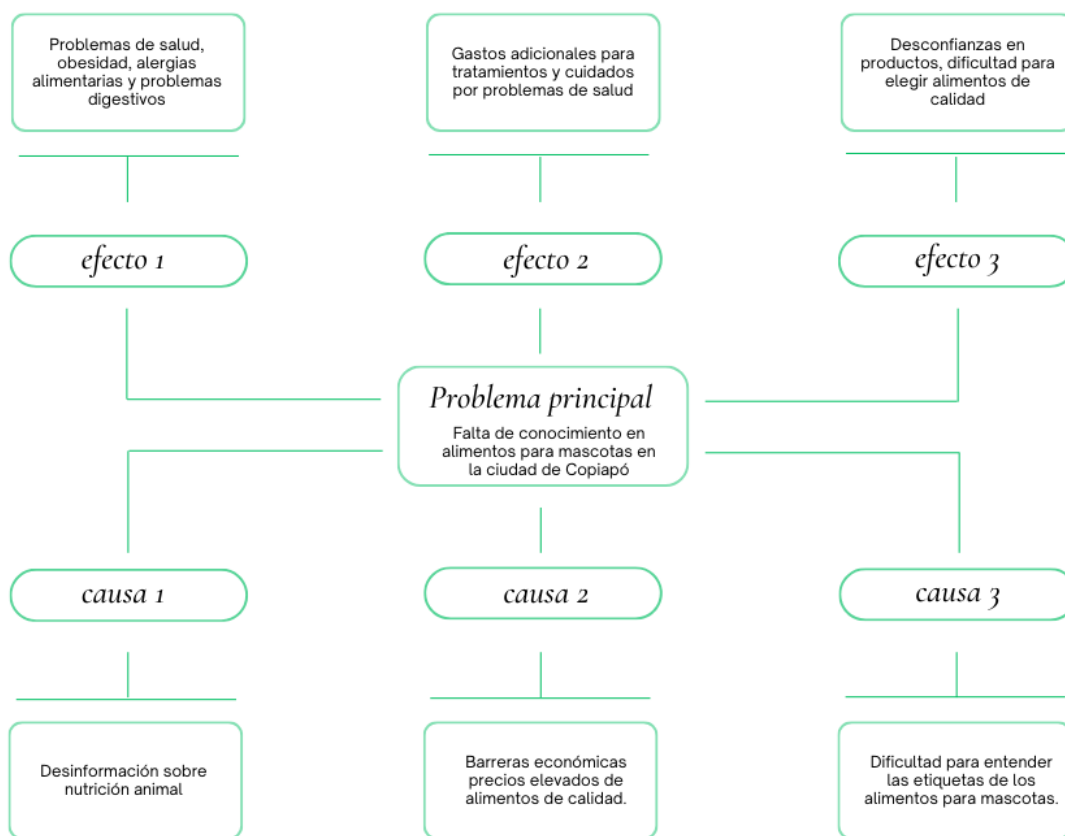


Ilustración 2.14 Árbol de problemas

3.4 Árbol de objetivos

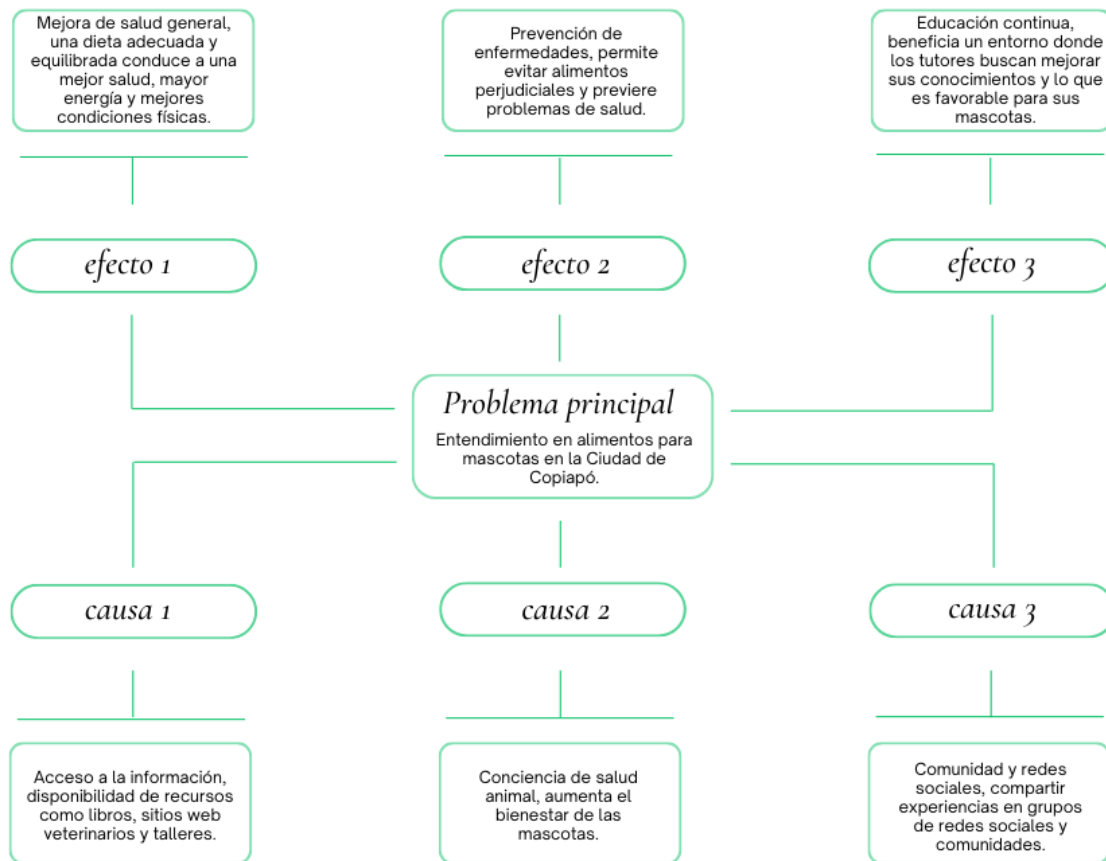


Ilustración 2.15 Árbol de objetivo

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

4.1 Visión

Ser la referencia líder en nutrición, cuidado e higiene para mascotas, promoviendo el bienestar animal a través de alimentos de alta calidad, accesibles y basados en la ciencia, garantizando que cada mascota reciba la dieta y cuidado adecuado para una vida sana y feliz.

4.2 Misión

Nuestra misión es proporcionar alimentos para mascotas que cumplan con los más altos estándares de calidad y nutrición. Trabajaremos para educar a los dueños sobre la alimentación responsable y accesible, desarrollando productos innovadores y saludables que satisfagan las necesidades específicas de cada mascota. Fomentaremos una comunidad informada y consciente, donde el bienestar animal es nuestra prioridad.

4.3 Objetivos estratégicos

- Educación al cliente implementando un programa de talleres y seminarios en línea y presenciales sobre la nutrición y cuidado de mascotas con el objetivo de alcanzar a 300 dueños de mascotas en el año.
- Fomentar las prácticas para el cuidado responsable, estableciendo campañas donde se promuevan la importancia del cuidado, la higiene regular como, baños, cepillados y chequeos veterinarios y así medir el impacto mediante encuestas antes y después de la campaña.
- Implementar nuevo servicio pet sitters (niñeros de mascotas) para aquellas mascotas que no les gusta salir de la comodidad de su hogar, con los cuidados preventivos, alimentación y juegos con las mascotas. Este servicio será válido para cada ocasión, ya sea feriados y/o festivos.
- Contaremos con expertos en el área de etología canina y felina para así poder ayudar a la comunidad con sus mascotas que tengan problemas de agresividad, comportamiento y conducta.

4.4 Ventajas competitivas

Estas ventajas pueden ayudarnos a diferenciarnos en un mercado competitivo y atraer a más clientes, A continuación, las vamos a detallar:

1. Investigación y desarrollo continuo.
2. Proporcionar guías de nutrición y cuidados sobre el bienestar animal.
3. Brindar un excelente servicio en atención al cliente, con atención personalizada, asesorías de alimentación, así logrando fidelización de los clientes.
4. Innovación en productos.
5. Compromiso con la sostenibilidad, implementando practicas sostenibles en el empaque de los productos apelando a un mercado consciente con el medio ambiente.
6. Establecer asociaciones con veterinarias y fundaciones.

4.5 Análisis del macroentorno (PETS)

4.5.1 Análisis político

El análisis político es favorable para nuestro proyecto porque políticamente hay regulaciones gubernamentales en donde se investiga las leyes relacionadas con la venta de productos para mascotas, incluyendo requisitos de etiquetado y seguridad. Además, de cumplir con regulaciones locales y nacionales sobre la calidad sanitaria de los productos.

La política de bienestar animal considera normativas que promuevan el bienestar animal, que podrían influir en la demanda de productos específicos por ejemplo (alimentos orgánicos y naturales). La estabilidad política busca mantener informado todo cambio en el liderazgo local que podrían impactar los negocios.

Las relaciones con el gobierno local desarrollan buenas relaciones con funcionarios locales que puedan apoyar las iniciativas de negocios, como permisos para eventos con mascotas o ferias de emprendedores. Por lo que es super importante que se mantenga al tanto de cambios de leyes que puedan afectar el negocio, como restricciones en ciertos ingredientes o tipos de productos que estén permitidos. Por esto es por lo que nuestro plan de mejora es realmente favorable a nivel político para la región.

4.5.2 Análisis económico

El análisis económico es favorable para nuestro proyecto porque el crecimiento del mercado de mascotas busca evaluar el auge de la industria de productos para mascotas, así impulsando por un aumento en la adopción de mascotas y la tendencia a tratarlas como miembros de la familia.

La economía de Chile 2023, basándonos en los datos del último informe de Allianz Trade, uno de nuestros accionistas. Según la información, el riesgo país de Chile ha aumentado debido a una serie de factores, incluyendo un aumento en el endeudamiento gubernamental, una desaceleración económica y un aumento en las tensiones políticas y sociales. Además, la pandemia de COVID-19 ha afectado significativamente la economía chilena, lo que llevó a un aumento en el desempleo y una disminución en la demanda interna. Los expertos esperan que el país entre en recesión en 2023, reflejando en parte la normalización de la economía luego de un enorme estímulo fiscal y retiros de pensiones en 2021, lo que provocó un sobrecalentamiento de la economía. En paralelo, se estima que el déficit fiscal se reducirá significativamente entre 2022-2027 a -1% en promedio (desde -7,5% del PIB en 2021). (Fuente anónimo – 10 de abril del 2023).

La alta demanda de productos premium busca identificar la creciente demanda de alimentos, productos naturales y alimentos de alta calidad, se considera introducir líneas de productos premium para satisfacer esta demanda. Los factores económicos como la inflación analizan como podría afectar los precios de los precios, ajustando precios estratégicamente para mantener márgenes de ganancia mientras se ofrece valor a los consumidores.

El poder adquisitivo evalúa la situación económica del mercado objetivo, si el poder adquisitivo de los consumidores es limitado, se considera ofrecer promociones o productos más asequibles. Los costos de insumos de proveedores y precios se tienen que investigar los precios de insumos y productos para poder trabajar con múltiples proveedores y así asegurar un costo competitivo y evitar quiebres de stock. En los costos de almacenaje y distribución analiza los costos logísticos asociados con la entrega de productos y el almacenamiento, se buscan maneras de optimizar estos costos para mejorar la rentabilidad. Por lo tanto, si este plan de mejora empieza a funcionar en estos tiempos en un futuro no se verá afectado por la inflación, dado que se abrirán puestos de empleos y será atractivo una tienda especializada en nutrición animal en la región.

4.5.3 Análisis Social

El análisis social es favorable para el proyecto porque un 100% de las personas encuestadas del tamaño de la muestra que son 300 personas, declaran tener por lo menos una o dos mascotas, con un promedio de 2 o 3 mascotas por hogar sin importar la generación. En este contexto llama la atención que siendo tan importante la mascota en las familias, un 57,1% de los encuestados no la han esterilizado, siendo la principal razón la falta de tiempo o altos costos en operaciones.

Respecto al consumo en productos asociados a mascotas: un 85% declara que sus mascotas tienen juguetes, 79% está dispuesto a pagar más por una buena alimentación, 53% declara que sus mascotas tienen ropa o accesorios y un 35% le ha celebrado el cumpleaños alguna vez. Si bien este comportamiento es transversal por generación, es algo más potente en los millennials. (fuente: Isturiz, diego – 20 de junio de 2019)

Las mascotas necesitan de cada 6 meses que se vayan a realizar chequeos veterinarios más del 57,1% de los encuestados afirman que llevan a sus animales de compañía solo cuando lo necesitan y el 35,7% nos dice que lo llevan regularmente a sus chequeos. Es por esto que es super importante la tenencia responsable con nuestros peludos, ya que en la actualidad sufren de muchos tipos de enfermedades, por su vejez, ya sufren problemas de la vista, sordera, obesidad, en sus huesos, etc.

Lo mismo sucede con las mascotas esterilizadas, un 42,9% indica que su perrito o gatito no está esterilizado, al esterilizar no solo se evita camadas no deseadas que pudiesen terminar en la calle, si no que le brindas una vida más larga y saludable a tu peludo. La esterilización previene enfermedades graves en sus órganos reproductivos, como por el ejemplo el TVT. Otras conductas que podrían mejorar es el marcaje territorial con orina, ciertos tipos de agresividad, escaparse en busca de hembras en celo, entre otras.

4.5.4 Análisis Tecnológico

El análisis tecnológico es favorable para mi proyecto porque, se trabajará en conjunto con la información que nos entreguen los clientes. Con el fin de implementar un sitio web optimizado para móviles con que permita a los usuarios navegar y realizar compras fácilmente con un link de pagos. Considerando incluir un blog de consejos sobre mascotas. Considerando la posibilidad de vender en plataformas de comercio electrónico como mercado libre u otros especializados en productos de mascotas.

Utilizaremos un software de gestión de inventario que permita monitorear en tiempo real las existencias, prever reabastecimientos y optimizar la cadena de suministros. Configuraremos alertas automáticas para cuando un producto este bajo en inventario o necesite reabastecimiento, evitando así la falta de productos. Utilizaremos plataformas de gestión de redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok para programar publicaciones, interactuar con los clientes, promocionar productos nuevos y ofertas especiales.

Contaremos con herramientas de encuestas en línea o en tienda para recopilar feedback del cliente sobre productos y servicios para tener una mejora continua.

Además, para poder ayudar al medio ambiente, enviaremos las boletas electrónicas a través de WhatsApp o Correo Electrónico así poder generar consciencia social sobre el papel en la región.

Crearemos una app móvil donde se pueda facilitar la compra y permita a los clientes gestionar sus pedidos de manera mucho más rápido y fácil, donde puedan pedir despachos a domicilio o retiro en tienda. La app incluirá un programa de fidelización que recompense a los usuarios con puntos por sus compras, donde podrán canjear sus puntos, según lo que se pueda canjear, con esto lograremos incentivar a que los clientes vuelvan a comprarnos.

4.6 Conclusión del Análisis Pest.

El análisis realizado sobre un plan de mejora para empresa dedicada a la distribución de alimentos, cuidado e higiene para mascotas revela múltiples oportunidades mejora que pueden transformar la experiencia del cliente, optimizar las operaciones y aumentar la rentabilidad. La implementación de un sitio web bien diseñado y la utilización de herramientas de automatización de marketing permitirán alcanzar a un público más amplio y fomentar el compromiso de los clientes.

Además, la adaptación de un sistema de gestión de inventario y la modernización de los métodos de pagos no solo garantizar una operación más eficiente. Si no que también mejoraran la satisfacción del cliente al proporcionar una experiencia de compra fluida y segura.

La integración de tecnología dentro de la tienda, permitirá un mejor manejo de los productos, mientras que el análisis de datos proporcionará información valiosa para la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, ofrecer una app móvil y un programa de lealtad mejorara la retención de clientes y fomentara una comunidad activa y comprometida.

La combinación de estas estrategias no solo hará que la tienda se destaque en un mercado competitivo, sino que también contribuirá a relaciones más sólidas y duraderas con los dueños de mascotas. Por lo tanto, un enfoque centrado en la tecnología y la experiencia del cliente será clave para el crecimiento y el éxito de la tienda en el futuro.

4.7 Análisis del microentorno

4.7.1 Análisis de poder negociador de los clientes

El análisis de poder negociador clientes es de industria atractiva de bajo poder porque, la variada oferta en el mercado significa que los clientes tienen muchas opciones, lo que les otorga un alto poder de negociación.

Usualmente los clientes buscan precios asequibles del cual nosotros queremos entregar, tanto como en peluquería canina, atenciones veterinarias, farmacia veterinaria, etc. Esto obliga a la tienda a ser competitiva.

Este plan de mejora está basado en que los clientes puedan encontrar todo lo que se necesita en tienda, sin tener que ir a otro lugar, contar con movilización al momento de que se requieran nuestros servicios de peluquería canina y compras online o a través de nuestra app móvil.

4.7.2 Análisis de poder negociador de proveedores

El análisis de poder negociador clientes es de industria atractiva de bajo poder porque, contamos con múltiples proveedores de alimentos, cuidado e higiene, lo que reduce el poder de negociación de los mismos. Algunos proveedores ofrecen productos de alta calidad, lo que puede aumentar su poder si estos productos son demandados por los clientes, nuestra estrategia es cotizar cada vez que nos contactan proveedores nuevos para así comparar precios con la competencia y ver si nos conviene trabajar directamente con ellos. Algunos puntos claves que consideramos son:

- Cotización de los precios si son proveedores directos o si son revendedores y ver si realmente nos conviene comprar y trabajar directamente con ellos.
- La distribución de alimentos, si se requiere un monto mínimo o si trabajan peso para poder realizar pedidos con ellos, cuanto es el tiempo de demora en que distribuyen la carga, etc.

- Cuál es su método de pago, si trabajan con crédito de 30 días o pago inmediato.
- Cuanto es el tiempo de demora de facturación, ya que algunos proveedores trabajan con pago inmediato pero el proceso de facturación es al día siguiente y envío de pedido se demora 72 horas en que llegue a destino y otros proveedores trabajan con días hábiles, pago inmediato y el proceso de facturación lo envían junto con el paquete cuando llega a su destino.

Así, vamos verificando si cumplen con lo que ellos nos dicen, la comunicación que se tiene con los proveedores es super importante para que tengamos beneficios tanto ellos como nosotros, que queremos decir con esto, optamos a descuentos, regalos, cursos gratuitos de alimentos nuevos que ellos ingresen y promociones.

4.7.3 Análisis de amenazas de nuevos entrantes

El análisis amenaza de nuevos entrantes es de industria no atractiva y alta amenaza porque, corremos el riesgo de que nuevas tiendas vendan los mismos productos que nosotros ofrecemos y a precios más accesibles, las tiendas más grandes pueden obtener mejores precios de los proveedores, lo que puede ser una barrera para los nuevos participantes. Las inversiones iniciales en inventario y marketing pueden ser altas, lo que disuade a algunos nuevos entrantes.

Las barreras de entrada son medianas, aunque iniciar una tienda puede ser relativamente fácil, establecer una marca sólida y leal puede ser un desafío. Para mejorar la amenaza de nuevos entrantes haremos lo siguiente:

- Fortalecer las relaciones con los proveedores mediante negociaciones para obtener mejores condiciones y explorar productos únicos y de buena calidad.
- Fomentar la lealtad del cliente a través de las experiencias en sus compras que los lleven a preferir nuestra tienda sobre la competencia.
- Diversificar la oferta de productos incluyendo opciones exclusivas y productos sustentables que pueden atraer a un segmento de mercado más amplio y mitigar la competencia
- Utilizar el análisis de datos para entender mejor las preferencias de los clientes y optimizar inventarios, precios y promociones.

En este punto tomaremos como competidores a 4 tiendas que venden productos similares que nosotros ofrecemos y los nuevos servicios que queremos implementar. Es por esto que capacitaremos al personal donde nos aseguraremos de que todo el personal tenga el conocimiento de las nuevas tecnologías y sistemas para maximizar su efectividad.

4.7.4 Análisis de amenaza de nuevos productos

El análisis amenaza de nuevos productos es de industria no atractiva porque, existen muchas alternativas en el mercado, como tiendas en línea y supermercados, lo que esto representa una amenaza para la tienda. Los dueños de las mascotas pueden optar por comprar productos a granel o en tiendas que tengan descuentos, innovaciones en el mercado nuevos productos que prometen mejor calidad o precios pueden atraer a los clientes, aumentando así la competencia.

Debemos investigar a la competencia, cuáles son sus productos nuevos, sus precios, etc. Tenemos que estar siempre atentos a las novedades de nuestro sector o alrededor y a la influencia que dichas novedades pueden tener sobre nuestra organización.

Los factores que hay que tener en cuenta cuando se ingresan nuevos productos, es la disponibilidad de productos, publicidad de los nuevos productos, el coste y la facilidad del cambio del producto por si viene dañado. Lo más recomendable en estos casos son pedir muestras gratis del alimento y así poder cautivar al cliente a que la conozca y su mascota la pueda consumir.

4.7.5 Análisis de competencia

El análisis de competencia es de industria no atractiva y de alta amenaza porque, la competencia en el sector de alimentos y productos para mascotas es elevada, lo que intensifica la lucha en el mercado. La capacidad de la tienda para diferenciar sus productos por calidad, servicio al cliente, etc. Puede ayudar a aminorar el poder negociador de la competencia. Invertir en marketing y promociones efectivas es crucial para destacar en un entorno tan competitivo.

Los competidores directos son cuatro tiendas que existen hoy en la región, ya que ellos ya cuentan con tiendas físicas y páginas web donde ofrecen sus productos. Los competidores indirectos son los supermercados, farmacias y veterinarias que venden productos similares a los nuestros. La variedad de alimentos ya sean secos, húmedos y naturales, productos de cuidado para el baño,

cepillado, protección contra parásitos internos y externos y accesorios como juguetes y camas. Las marcas también son un factor importante, ya que normalmente la gente siempre prefiere las marcas conocidas versus las marcas genéricas. La ubicación tiene que ser un acceso fácil y centrado, las otras competencias normalmente se encuentran ubicadas en zonas centrales. Y el punto más importante que consideramos es el ambiente de la tienda, la experiencia de compra, la limpieza del local, el orden, la organización y la comodidad del cliente como tener un estacionamiento en la tienda. Solo una tienda de las cuatro que hemos nombrando anteriormente en la región cuenta con estacionamiento y vendedores especializados tales como técnicos en veterinaria o médicos veterinarios. Es fundamental conocer a los competidores y trabajar en las áreas que nos permitan ofrecer un valor agregado a los clientes.

4.8 Conclusión de Análisis Porter

El análisis realizado sobre un plan de mejora para empresa dedicada a la distribución de alimentos, cuidado e higiene para mascotas al adaptar estas estrategias, la tienda podrá no solo enfrentarse a los desafíos del mercado, si no también aprovechar las oportunidades de crecimiento en un sector en constante evolución.

4.9 Amenazas:

1. **Competencia de grandes cadenas:** Grandes cadenas de tiendas o supermercados que venden productos para mascotas a precios más bajos pueden representar una amenaza importante.
2. **Condiciones económicas desfavorables:** En tiempos de recesión o crisis económica, las personas podrían reducir sus gastos en productos no esenciales, lo que afectaría las ventas.
3. **Cambios en las regulaciones:** Si se implementan nuevas regulaciones sobre la venta de productos para animales o en el manejo de los mismos, podríamos enfrentarnos a costos adicionales o limitaciones en la oferta.
4. **Pérdida de confianza del cliente:** Problemas con la calidad de los productos o un mal servicio al cliente pueden dañar la reputación de la tienda y hacer que los clientes busquen alternativas.

5. **Aumento en costos de insumos:** Si los precios de los productos para mascotas aumentan debido a la inflación o problemas de suministro, podrías enfrentar márgenes de ganancia más bajos.
6. **Cambios en las preferencias de los consumidores:** Si las tendencias de consumo cambian rápidamente (por ejemplo, un cambio hacia productos de bajo costo o más naturales) y no podremos adaptarnos a tiempo, se perdería competitividad.

4.10 Oportunidades:

1. **Crecimiento del mercado de mascotas:** Cada vez más personas consideran a las mascotas como parte de la familia, lo que aumenta la demanda de productos y servicios para animales.
2. **Servicios adicionales:** Ofrecer servicios como peluquería canina, modificación de conductas, consultas veterinarias y petsitter puede atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.
3. **Tendencias de productos ecológicos:** Los productos ecológicos, orgánicos o sostenibles para mascotas están ganando popularidad, lo que podría abrirte un nicho de mercado.
4. **Alianzas con refugios o veterinarios:** Colaborar con refugios de animales o clínicas veterinarias puede aumentar tu visibilidad y atraer más clientes.
5. **Tienda online:** Expandir tu presencia en línea, especialmente con ventas y entregas a domicilio, podría abrirnos a un mercado mucho más amplio.
6. **Programas de fidelización o suscripción:** Ofrecer descuentos o beneficios a clientes recurrentes puede incentivar compras frecuentes y fomentar la lealtad.

4.11 Debilidades:

1. **Dependencia de proveedores específicos:** Depender de un solo proveedor o de pocos, podemos enfrentarnos a problemas si hay escasez de productos o subidas de precios.
2. **Competencia local fuerte:** Si hay muchas otras tiendas de mascotas en la zona o grandes cadenas, se hará más difícil competir en precios o variedad.
3. **Espacio físico limitado:** Una tienda pequeña puede limitar la cantidad de productos disponibles y dificultar la rotación de inventario.

4. **Falta de innovación:** Los productos que ofrecemos no se actualizan con frecuencia o no siguen las tendencias del mercado (como productos ecológicos o personalizados), podríamos perder competitividad.
5. **Dependencia de clientes locales:** Si la tienda está muy centrada en clientes locales, podrías ver disminuciones en ventas si hay crisis económicas o cambios en la zona.
6. **Costos operativos altos:** Si los gastos fijos (como alquiler, sueldos o servicios) son muy altos, la rentabilidad podría verse afectada.

4.12 Fortalezas:

1. **Variedad de productos:** Si mantenemos una amplia gama de alimentos, juguetes, accesorios y productos de cuidado, esto puede ser una ventaja competitiva frente a otras tiendas más pequeñas.
2. **Conocimiento del mercado:** El equipo de trabajo tiene experiencia y conocimiento sobre las diferentes necesidades de los animales, puede ofrecer un servicio especializado y personalizado.
3. **Relaciones con proveedores:** Tener buenos acuerdos con proveedores y marcas conocidas puede ayudarnos a asegurar productos de calidad a buenos precios.
4. **Atención al cliente:** Un excelente servicio al cliente, como la asesoría en la elección de productos o servicios de peluquería para mascotas, puede fidelizar a tus clientes.
5. **Ubicación estratégica:** Si la tienda está en una zona de alto tráfico o cerca de comunidades de personas con mascotas, esta puede ser una gran fortaleza.
6. **Tienda online:** Si contamos con una página web, podemos llegar a un público más amplio y tener ventas adicionales a las físicas.

4.13 Análisis de resultados

Las debilidades y amenazas pueden generar vulnerabilidades, especialmente con los altos costos operativos y la competencia de grandes cadenas. Para mitigarlas, es importante buscar alternativas de proveedores que ofrezcan productos a precios más competitivos o que ayuden a mantener márgenes de ganancia saludables. Además, la optimización de la tienda y los procesos operativos (como la mejora de la gestión de inventarios) ayudará a reducir costos. También se pueden ofrecer

servicios especializados (como el cuidado personalizado de mascotas) para diferenciarse de las grandes cadenas.

Acciones:

- Negociar con proveedores alternativos o buscar marcas locales para reducir costos de insumos.
- Optimizar la gestión del inventario para reducir el exceso de productos no vendidos.
- Implementar estrategias de eficiencia operativa, como reducción de gastos generales y optimización del uso del espacio.
- Ofrecer servicios personalizados y exclusivos que las grandes cadenas no puedan proporcionar.

El análisis de resultados de la distribución de tienda de mascotas sugiere que exista una oportunidad significativa para crecer y diferenciarse en el mercado, especialmente aprovechando la creciente demanda de productos ecológicos y el fortalecimiento de las relaciones con clientes a través de un excelente servicio al cliente. Sin embargo, para enfrentar las amenazas de la competencia y las condiciones económicas cambiantes, es fundamental diversificar proveedores, optimizar operaciones y expandir la presencia online. Además, la innovación constante será clave para mantener la relevancia en el mercado. Implementando las estrategias adecuadas, la tienda puede no solo defender su posición actual, sino también posicionarse como un líder en el mercado de mascotas.

CAPITULO V

ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Determinación de la Muestra

El proceso de datos del presente proyecto se realizó en plataforma Google Forms donde luego de aplicar la encuesta de forma anónima, se transformó toda la información a gráficos para poder tabular de manera más fácil las respuestas obtenidas. El cual busca detectar la falta de conocimiento en alimentos para mascotas en Copiapó.

La aplicación del cuestionario se aplicó a la comunidad de Copiapó, El universo fue bastante amplio, ya que estamos hablando de 2.500 personas que tienen mascotas como animales de compañía. El instrumento se aplicó a 300 encuestados, donde logramos obtener bastante información relevante para este proyecto.

5.2 Encuesta

1) ¿Qué tipo de animal de compañía tienes?

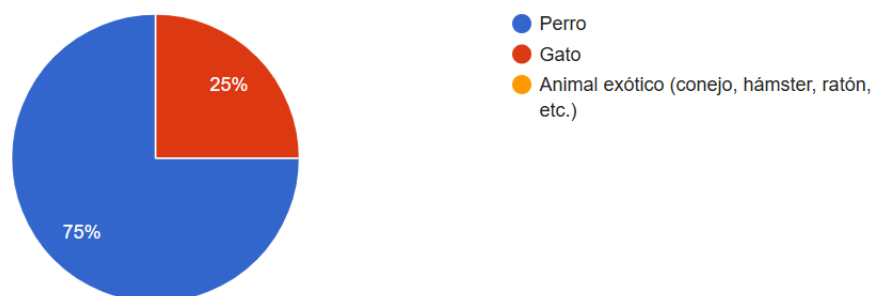


Ilustración 2.16 Grafico 1

En la grafico N°1 señala que un 75 % de la población en Copiapó tiene perros en sus hogares. Mientras que un 25% tiene gatos.

2) ¿Cuántos perrito, gatito o animal exótico tienes?

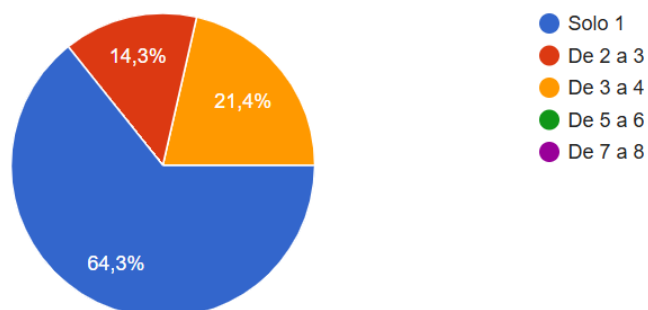


Ilustración 2.17 Grafico 2

En el gráfico N°2 señala cuántas mascotas tiene la población en la actualidad y con esto podemos observar que un 64,3 tiene perros, un 14,3 % tiene de dos a tres mascotas y un 21,4% tiene de tres a cuatro mascotas en su hogar.

3) ¿Sabes leer los ingredientes de los alimentos de tus mascotas?

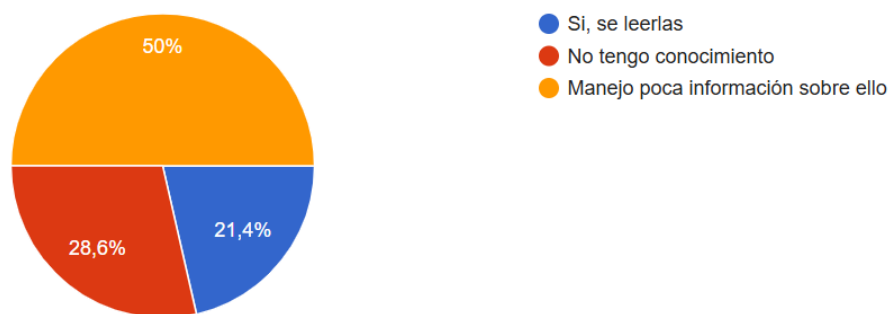


Ilustración 2.18 Grafico 3

En el gráfico N°3 señala que de los 300 encuestados solo un 21,4% tiene conocimiento sobre como leer los ingredientes y etiquetas de los alimentos de sus mascotas. Donde un 50% de los encuestados maneja poca información sobre ello y un 28,6% no tiene el conocimiento de cómo leer los ingredientes de sus animales de compañía.

4) ¿Conoces o has escuchado que son los subproductos en los alimentos de mascotas?
Fundamente.

No
no los conozco
Nop
No no he escuchado pero me gustaría aprender
Ingredientes básicos para la elaboración de la comida de mascota como hígado, riñones,
No tengo conocimiento
Si, son las partes como malas de los animales (pico, patas, huesos, cuero de los animales). Que son ingredientes malísimos para las mascotas
No lo se
No

Ilustración 2.19 Grafico 4

En esta pregunta abierta que tenemos a continuación, tenemos más de 76 personas encuestadas que nos respondieron que no tienen el conocimiento, no los ha escuchado, pero les gustaría aprender sobre ello. Y solo 1 persona nos ha comentado que conoce los subproductos en los alimentos de mascotas.

5) ¿Estas alimentando bien a tu perruno, gatuno o animal exótico?

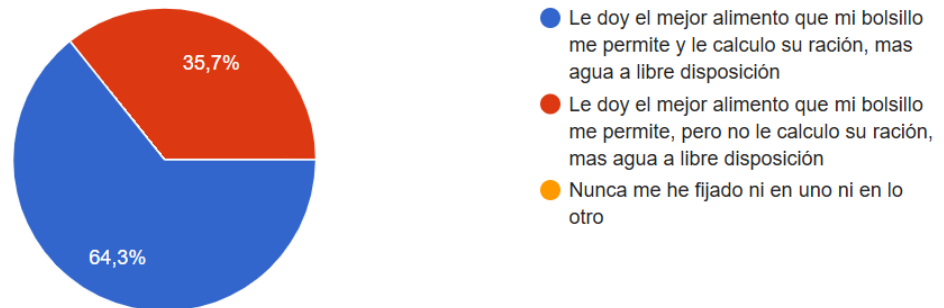


Ilustración 2.20 Grafico 5

En el grafico N°5 observamos que tenemos una pregunta con alternativas, donde nos da un porcentaje de un 64,3% que le brinda a su mascota lo que el bolsillo le permite, a libre disposición de agua y les calcula su ración de alimento. Mientras que un 35,7 le brinda a su mascota lo que el bolsillo le permite, agua a libre disposición, pero no les calcula su ración de alimento.

6) ¿Cuánto es lo que pagas normalmente por el alimento de tu animal de compañía?

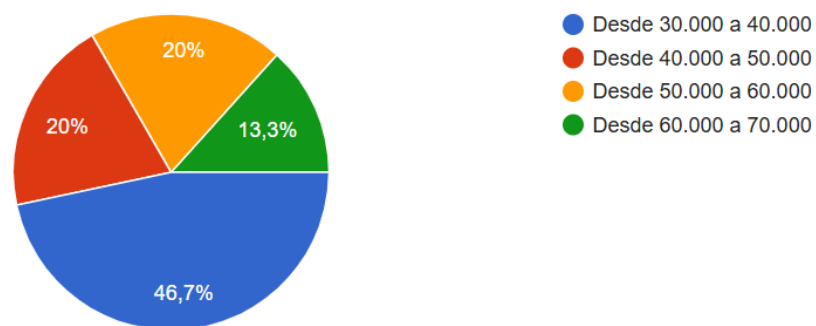


Ilustración 2.21 Grafico 6

En el grafico N°6 señala que de los 300 encuestados un 46,7 paga normalmente entre 30.000 a 40.000 mil pesos, un 20% paga entre 40.000 a 50.000, un 20% gasta entre 50.000 a 60.000 mil pesos, mientras que un 13,3 gasta entre 60.000 a 70.000 mil pesos.

7) ¿Qué marca de alimentos le das a tu perruno, gatuno o animal exótico? **Fundamente.**

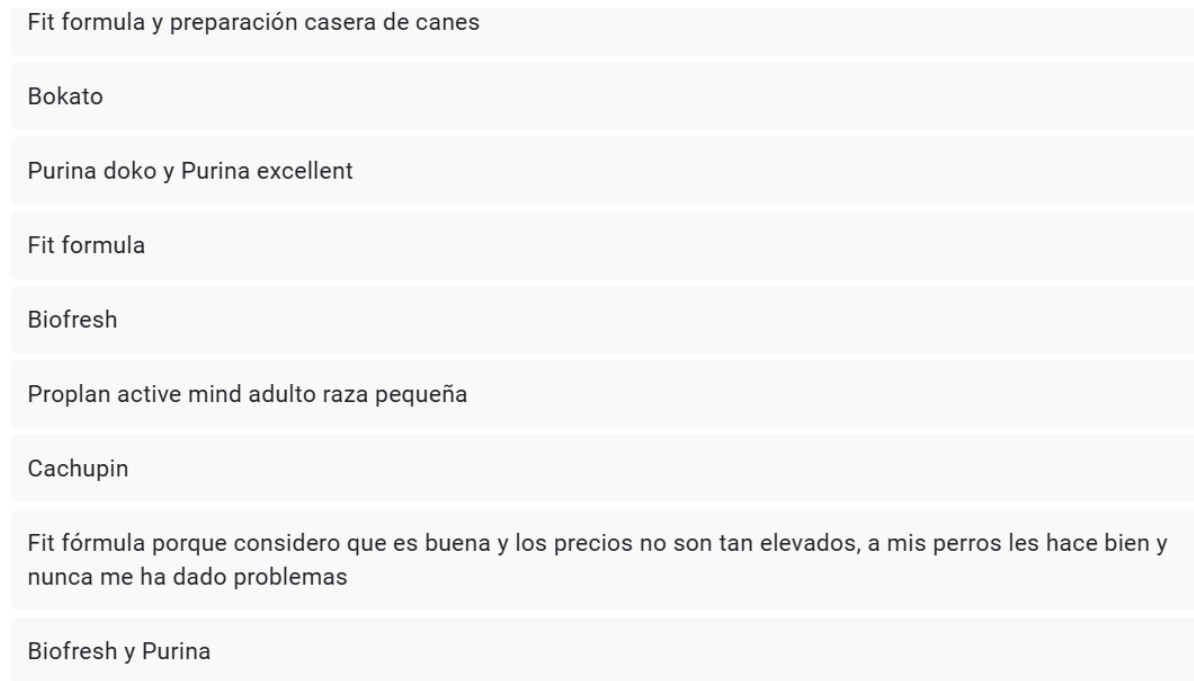


Ilustración 2.22 Grafico 7

En el gráfico N°7 tenemos una pregunta abierta donde un total de 100 encuestados nos respondieron el nombre de las marcas que les dan inusualmente a sus mascotas y estas son algunas de ellas.

8) ¿Le realizas a tu perrito peluquería de manera regular?

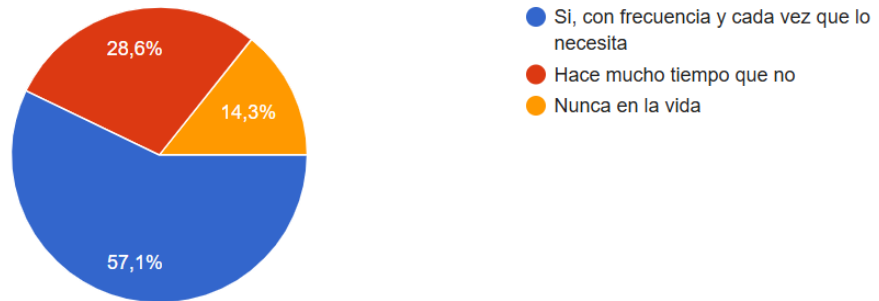


Ilustración 2.23 Grafico 8

En el grafico N°8 podemos observar que un 57,1% le realiza de manera frecuente y cada vez que lo requiere, un 28,6% no lo realiza hace bastante tiempo y un 14,3% nos indica que nunca ha llevado a su perrito o gatito a la peluquería.

9) ¿Cuánto estarías dispuesta/o a pagar por un servicio de peluquería?
(incluye, baño, deslanado, corte de uñas y limpieza de oídos)

14 respuestas

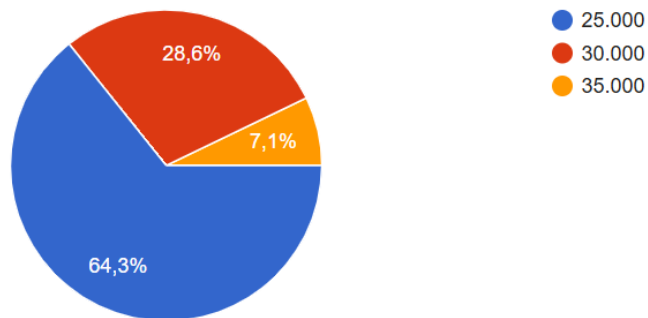


Ilustración 2.24 Grafico 9

En el grafico N°9 nos señala que un 64,3% estaría dispuesto a pagar 25.000 mil pesos, un 28,6% estaría dispuesto a pagar 30.000 mil pesos y un 7,1 % estaría dispuesto a pagar 35.000 mil pesos por un servicio de peluquería completo.

10) ¿Acuden regularmente a sus revisiones anuales con el médico veterinario?



Ilustración 2.25 Gráfico 10

En el gráfico N°10 podemos observar que un 57,1% lleva a su animal de compañía solo cuando es necesario, pero cumplió con todas sus vacunas de cuando era cachorro y la antirrábica que se inyecta cuando cumplen el año, un 35,7 nos comenta que si lleva a su perrito o gatito regularmente y un 7,2% ni siquiera se acuerda cuando fue la primera vez que llevo a su animal de compañía al veterinario.

11) ¿Tu perrito, gatito o animal exótico están esterilizados?

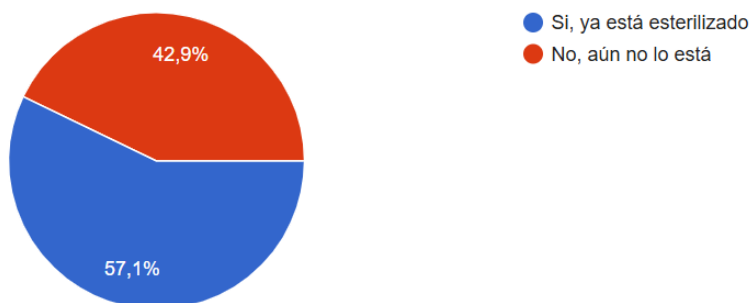


Ilustración 2.26 Gráfico 11

En el gráfico N°11 señala que un 57,1% tiene esterilizada a su animal de compañía y un 42,9% nos dice que aún no está esterilizado. Como podemos observar casi la mitad de la comunidad aún no

tienen operados a sus perritos o gatitos y lo importante que es la esterilización, ya que al pasar el tiempo producen tumores cancerígenos en nuestras mascotas.

12) ¿Crees que tu perro sufre de problemas de ansiedad o reactividad? **Si la respuesta es no, pase a la siguiente pregunta.**



A screenshot of a survey question with a light blue background. The question is: "12) ¿Crees que tu perro sufre de problemas de ansiedad o reactividad? Si la respuesta es no, pase a la siguiente pregunta." Below the question are several radio button options: "No", "si", "Si", "A veces", "Si, sufre problemas de ansiedad y separación, hace pipí en cualquier lugar de la casa y ladra mucho.", "Si", "No", "Uno de ellos ansiedad", and ".".

Ilustración 2.27 Grafico 12

En el grafico N°12 hicimos una pregunta abierta, en donde de los 300 encuestados solo 50 nos respondieron esta pregunta, donde 48 personas nos comentan que su animal de compañía sufre de problemas de ansiedad, desapego, agresividad etc. Y solo 2 personas nos comentan que su mascota no sufre este tipo de problemas. Como lo comentamos anteriormente, es super importante que contemos con gente especialista en la zona, para que ayuda a los tutores con el conocimiento básico de como poder sobrellevar estos problemas que normalmente los tienen los animales que vivieron en situación de calle.

13) ¿Cómo ayudas a tu perrito con su problemas de ansiedad?

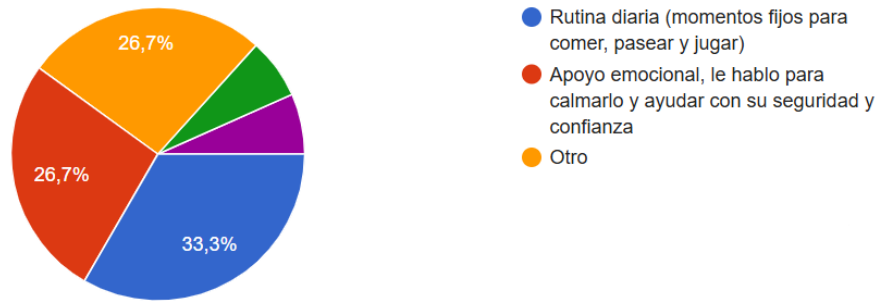


Ilustración 2.28 Grafico 13

En el grafico N°13 hicimos una pregunta con varias opciones, donde un 33,3% nos dice que para ayudar a su mascota con sus problemas de ansiedad le tiene preparada una rutina diaria como comer, pasear y jugar, un 26,7% nos indica que el apoyo emocional les ha servido en esas situaciones, un 26,7% otro tipo como flores de Bach o calmantes naturales, y el resto se prepara con música relajante, dejándolos resguardados en una pieza con juegos para que puedan interactuar con juguetes, etc.

14) ¿Consideras importante que existan especialistas en modificación de conducta en la región?

Fundamente.

Si
Si
si
Imagino que para algunas personas debe ser necesario.
Si, serviría demaciado ya que hay muy pocos
Si, siempre es importante conocer a tu amigo perruno, gatuno
Sí
Si, lo considero super importante para la región, ya que normalmente no se ven muchos especialistas en ese área.
Claro que si

Ilustración 2.29 Grafico 14

En el grafico N.º 14 hicimos una pregunta abierta, donde de los 300 encuestados, solo 50 nos respondieron esta pregunta, indicándonos que es necesario que existan especialistas en modificación de conducta en la región, para que nos puedan ayudar como tutores nuevos cuando nuestras mascotas son muy desafiantes, han vivido en situación de calle u otro. Es por esto que consideramos que es super importante que haya un especialista en modificaciones de conducta.

15) ¿Crees que sería atractivo un servicio de petsitter (niñeras/os de animales de compañía) en la región? **Este servicio incluye visitas durante la mañana, tarde o noche, donde alimentaremos, haremos cambio de agua y jugaremos con tu regalona/on**

14 respuestas

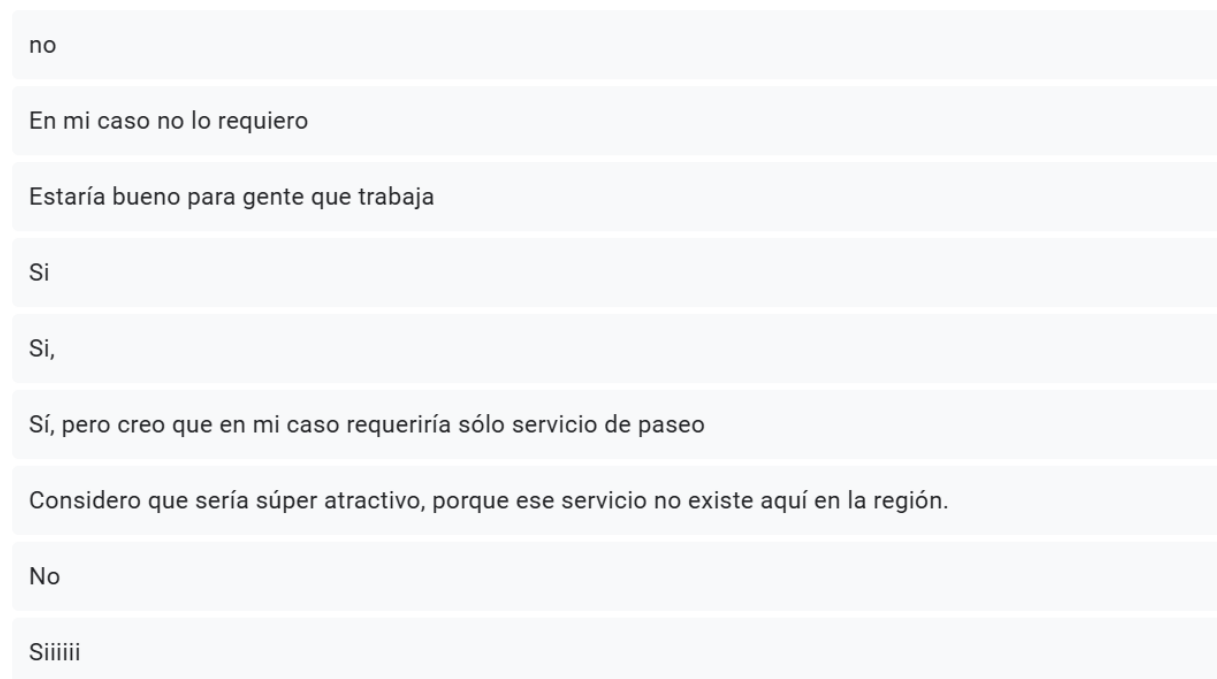


Ilustración 2.30 Grafico 15

En el grafico N°15 hicimos una última pregunta abierta, indicando si es atractivo que exista un nuevo servicio de petsitter (niñeras/os de animales de compañía) donde de los 300 encuestamos, 47 encuestados nos indican que sería atractivo ya que en la zona no existe este nuevo tipo de servicio y solo 3 personas nos respondieron que no lo tomarían o no les parece atractivo.

5.3 Mix de las 4 P

1. **Productos:** Ofreceremos una gran variedad de alimentos secos, húmedos y medicados (alérgicos, renales, cardiacos, urinarios, etc.) con diferentes tipos de marcas conocidas en el mercado. Contaremos con accesorios de buena calidad, donde tendremos venta de collares, juguetes, camas, ropa y productos de higiene y cuidado de marcas reconocidas y testeadas por nosotros o por nuestros clientes. Agregaremos servicios adicionales como, peluquería canina, especialistas en modificación de conducta, consultas veterinarias, petsitter y farmacia veterinaria. Además, tendremos productos ecológicos y orgánicos para el cuidado y alimentación de sus mascotas.
2. **Precio:** Trabajaremos con estrategias de precios, por lo que con esto queremos realizar análisis de precios que maneja la competencia y así mantener precios similares y precios asequibles. También habrá descuentos por volumen, que queremos decir con esto, ofreceremos descuentos a los clientes habituales que nos compran en grandes cantidades y ofrecer ofertas especiales, con precios promocionables en días festivos o eventos especiales como navidad o cumpleaños de sus mascotas.
3. **Plaza:** Tendremos una ubicación estratégica, que sea un lugar accesible para los clientes, con estacionamiento incluido, y las comodidades que se requiera para nuestros clientes, participaremos en ferias o eventos comunitarios para ayudar a la comunidad y así promover la tienda para poder llegar a más clientes, realizaremos una creación de página web donde se harán envíos a domicilio, por lo cual contaremos con link de pago donde se podrán realizar retiros en tienda y envíos por todo Chile.
4. **Promoción:** Utilizaremos el marketing en redes sociales, como las plataformas de Facebook, Instagram y Tik Tok para promocionar nuestros productos, compartir contenido educativo y conectar de esta manera con la comunidad. Tendremos convenios con nuestras alianzas claves que son las agrupaciones o fundaciones que ayuden a los animales en situación de calle y así puedan acceder a todas nuestras promociones y descuentos que se les hará por parte de nuestra tienda, Además realizaremos de manera mensual talleres y

charlas para ayudar y apoyar a la comunidad a tener el conocimiento sobre los cuidados básicos que requieren tener los animales de compañía, nutrición animal, etc.

Con estas ideas, podemos crear un mix de estrategias de marketing que no solo atraerá a los clientes, sino que también les brinde un valor.

CAPITULO VI
ESTUDIO TECNICO

6.1 Identificación y descripción del proceso

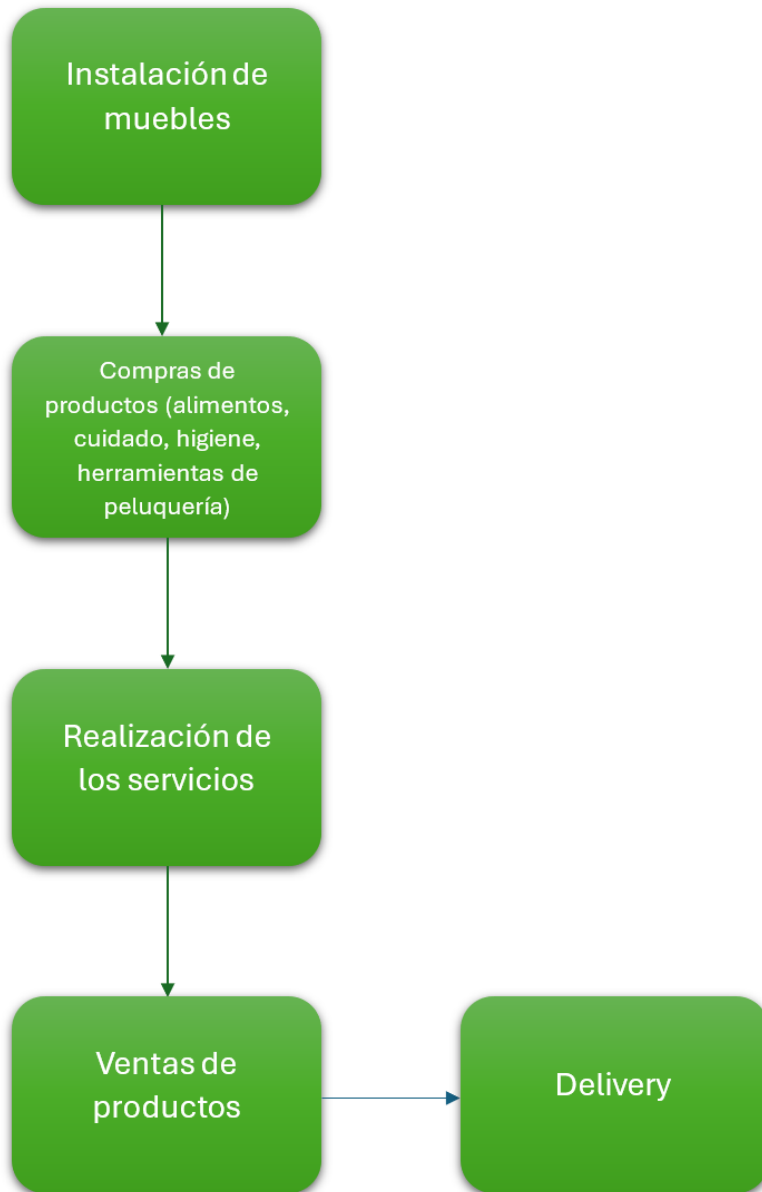


Ilustración 2.31 diagrama de procesos

6.2 Determinación del tamaño óptimo del proyecto

6.2.1 Identificación de insumos y suministros del proyecto

Tabla N°1 Identificación de insumos.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Arriendo local	12	\$1.200.000	\$1.200.000	Costo
Letrero publicitario	1	\$100.000	\$100.000	Costo
Oficina	1	\$1.500.000	\$1.500.000	Inversión
Sala de recepción	1	\$1.000.000	\$1.000.000	Inversión
Cocina	1	\$1.500.000	\$1.500.000	Inversión
Baños	3	\$1.000.000	\$3.000.000	Inversión
Bodega	1	\$1.000.000	\$1.000.000	Inversión
Comedor	1	\$80.000	\$80.000	Inversión
Sillas	4	\$20.000	\$80.000	Inversión
Sillas de escritorio	4	\$50.000	\$200.000	Inversión
Sillas de espera	2	\$174.990	\$349.980	Inversión
Escritorios	3	\$58.900	\$176.700	Inversión
Notebooks	4	\$500.000	\$2.000.000	Inversión
Impresoras	2	\$100.000	\$200.000	Inversión
Mesón	1	\$98.990	\$98.990	Inversión
Vitrina de vidrio	1	\$299.000	\$299.000	Inversión
Muebles archiveros	2	\$99.990	\$198.000	Inversión
Plantas interiores	4	\$10.390	\$41.560	Inversión
Cortinas rollers	4	\$18.990	\$75.960	Inversión
Televisión	1	\$279.990	\$279.990	Inversión
Dispensador toalla de papel	2	\$31.990	\$63.980	Costo
Dispensador confort	3	\$8.050	\$24.150	Costo
Dispensador jabón baño	2	\$2.990	\$5.980	Costo
Dispensador jabón acero inoxidable	1	\$10.654	\$10.654	Costo
Total: Valor unitario:			\$9.125.934	
Total: Monto total			\$13.484.944	

6.2.2 Implementos veterinarios

Tabla N°2 Implementos insumos.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Agujas	100/ 5 unidad	\$2.000	\$200.000	Costo
Jeringas	100/5 unidad	\$2.000	\$200.000	Costo
Pesa digital	1	\$175.860	\$527.580	Costo
Mesa de acero	1	\$68.950	\$68.950	Costo
Mesa para limpieza mascotas	1	\$139.990	\$139.990	Costo
Lavamanos laboratorio	1	\$84.990	\$84.990	Costo
Termómetro	2	\$9.990	\$19.980	Costo
Mascarillas	100/8 unidad	\$1.245	\$124.500	Costo
Guantes nitrilo	4 cajas	\$21.246	\$84.984	Costo
Turbina (secador de pelo)	1	\$99.000	\$99.000	Costo
Set de tijeras	1	\$49.900	\$49.900	Costo
Maquina inalámbrica	1	\$184.176	\$184.176	Costo
Bañera de acero	1	\$1.390.000	\$1.390.000	Costo
Silla con respaldo	1	\$90.000	\$90.000	Costo
Total: Valor unitario		\$2.319.347		
Total: Monto total		\$3.264.050		

6.2.3 Compras artículos de oficina

Tabla N°3 Compras artículos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Resmas de papel	24	\$4.000	\$96.000	Costo
Tintas	8	\$7.000	\$56.000	Costo
Archivadores	10	\$2.000	\$20.000	Costo
Corcheteras	3	\$2.500	\$7.500	Costo
Lapiceras	3/12 unidades	\$5.990	\$17.970	Costo
Destacadores	2/6 unidades.	\$5.990	\$11.980	Costo
Corchetes	4	\$4.990	\$19.960	Costo
Clip	2/ 100 unidades	\$1.800	\$3.600	Costo
Porta lápiz	5	\$2.490	\$12.450	Costo
Basurero oficina	4	\$4.700	\$18.800	Costo
Total: Valor unitario		\$41.460		
Total: Monto total		\$264.260		

6.2.4 Compras artículos de aseo

Tabla N°4 Compras artículos de aseo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Toalla papel	24	\$2.000	\$48.000	Costo
Palas	4	\$1.200	\$4.800	Costo
Escobas	4	\$2.000	\$8.000	Costo
Cloro industrial	10/5 unidades	\$3.000	\$30.000	Costo
Limpia pisos	10/5 unidades	\$3.000	\$30.000	Costo
Paños traperos	6	\$890	\$5.340	Costo
Confort industrial	12/4 unidades	\$10.000	\$120.000	Costo
Jabón industrial	4/5 LT	\$17.000	\$68.000	Costo
Papelero baño	2	\$15.000	\$30.000	Costo
Total: Valor unitario		\$54.090		
Total: Monto total		\$344.140		

6.2.5 Realización de servicios

Tabla N°5 Realización de servicios

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Gastos de agua	12 meses	\$100.000	\$1.200.000	Costo
Gastos de luz	12 meses	\$100.000	\$1.200.000	Costo
Gastos internet	12 meses	\$25.990	\$311.880	Costo
Página web	12 meses	\$ 150.000	\$150.000	Costo
Flyers	1/100 unidades	\$ 15.000	\$15.000	Costo
Plan de teléfono	1	\$ 15.000	\$15.000	Costo
Compra teléfono	1	\$ 180.000	180.000	Costo
Total: Valor unitario		\$585.990		
Total: Monto total		\$3.071.880		

6.2.6 Venta de productos

Tabla N°6 Ventas de productos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Terminal post venta (programa para la venta de productos, ejecución de inventarios, etc.)	1	\$350.000	\$350.000	Inversión
Terminal Transbank boleta electrónica	1	\$300.000	\$300.000	Inversión
Total: Valor unitario		\$650.000		
Total: Monto total		\$650.000		

6.2.7 Despachos a domicilio

Tabla N°7 Despachos a domicilio

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Detalle
Furgón	1	\$5.700.100	\$5.700.100	Inversión
Total: Valor unitario		\$5.700.100		
Total: Monto total		\$5.700.100		

6.3 Localización

A) Calle O'Higgins #550,
Copiapó



Ilustración 2.32 calle O'Higgins 550

B) Av. Los Carrera 3115,
Copiapó.



Ilustración 2.33 Av. Los Carreras 3115

C) Atacama 540,
Copiapó.



Ilustración 2.34, Atacama 540

CAPITULO VII
ESTUDIO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVO

7.1 Logo empresa



Ilustración 2.35 logo empresa

7.2 Organigrama

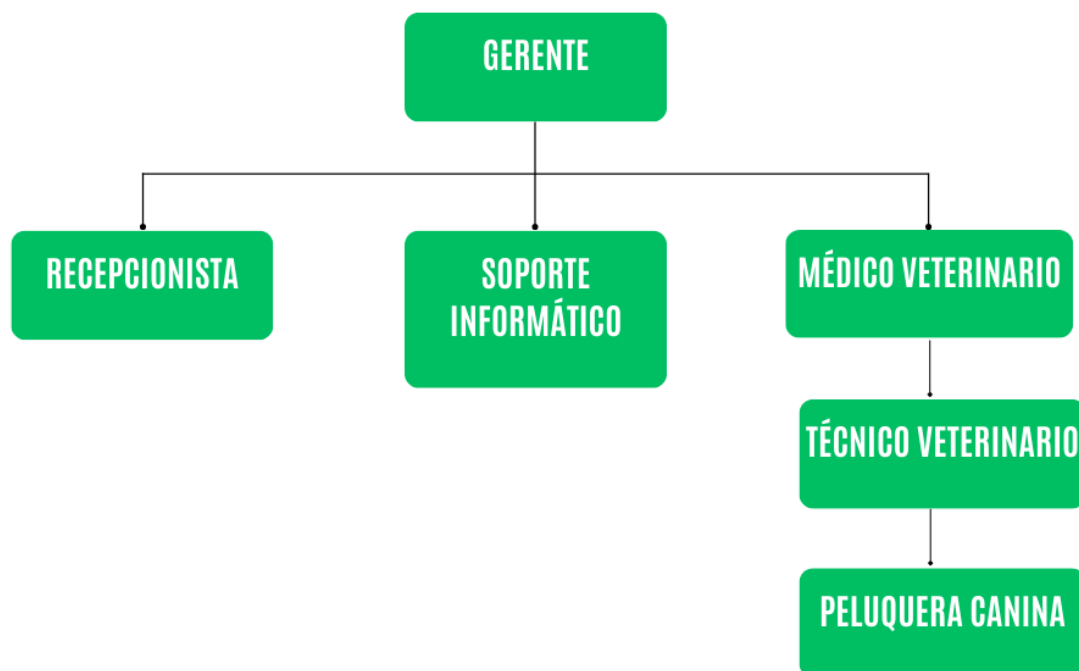


Ilustración 2.36 Organigrama

7.3 Descripción del cargo

Tabla N° 8 Descripción del cargo

Cargo: Gerente General
Área: Departamento de recursos humanos.
Formación Académica: Titulado en administración o contador o carreras afines.
Experiencia: 3 a 5 años de experiencia en gerencia de administración o finanzas.
Competencias Genéricas: Trabajo en equipo, orientación al cliente, creatividad e innovación, adaptación al cambio, lealtad, sentido de la pertenencia.
Competencia Especifica: Identificar alternativas de solución.
Requisitos Adicionales: Conocimientos de leyes y reglamentos para la gestión con profesionales multidisciplinarios. Laborales, comerciales e impuestos; habilidad numérica y de cálculo; destrezas para manejar índices financieros.
Funciones Generales: Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado.
Remuneración: \$1.500.000 liquido.

Tabla N° 9 Descripción del cargo

Cargo: Recepcionista
Área: Departamento de recursos humanos.
Formación Académica: Estudios superiores de secretariado o carrera a fin.
Experiencia: 6 meses o 1 año de experiencia en secretariado.
Competencias Genéricas: Orientación a la eficiencia, confianza en sí misma, capacidad para realizar trabajo en equipo, orientación al cliente, comunicación efectiva, compromiso organizacional, adaptación al cambio, manejo de conflictos, manejo de tecnologías de información y comunicación.
Competencias Específicas: Debe tener capacidad para planear sus actividades, acompañado de habilidades en cálculos numéricos, un buen lenguaje y un desenvolvimiento adecuado a su cargo.
Requisitos Adiciones: Manejo de office nivel básico o intermedio
Funciones Generales: Realizar inventarios, programación de horas para consultas, manejo de facturas, manejo de pedidos, manejo de aperturas y cierres de cajas, manejo de maquina Transbank.
Remuneración: \$550.000 liquido.

Tabla N° 10 Descripción del cargo

Cargo: Soporte Informático
Área: Departamento de recursos humanos
Formación Académica: Estudios superiores de sistema informático o carrera a fin.
Experiencia: 1 año de experiencia en informática
Competencias Genéricas: Conocimientos informáticos, dominio de sistemas operativos (Windows, Mac) hardware y protocolos de comunicación, resolución de problemas, soporte al cliente, manejo de software, conocimiento de seguridad informática, trabajo en equipo, gestión del tiempo, actualización continua, actitud proactiva
Competencias Específicas: Capacidad para organizar sus tiempos, buen lenguaje y un desenvolvimiento adecuado a su cargo.
Requisitos Adiciones: Manejo de office nivel avanzado
Funciones Generales: Realizar actualizaciones de software propios de página web y agendas de horas para peluquería canina.
Remuneración: \$750.000 liquido.

Tabla N° 11 Descripción del cargo

Cargo: Médico Veterinario
Área: Departamento de recursos humanos.
Formación Académica: Estudios superiores de medicina veterinaria
Experiencia: 3 a 5 años de experiencia en medicina veterinaria.
Competencias Genéricas: Conocimiento clínico (dominio de farmacología y patología animal), tratamientos y procedimientos (administrar tratamientos y recetar medicamentos), comunicación, ética profesional, trabajo en equipo, educación continua.
Competencias Específicas: Capacidad para realizar procedimientos, habilidad para interactuar con los dueños de mascotas, transmitiendo información de manera clara, conocimientos sobre vacunas, desparasitaciones y promoción de la salud general, compromiso de ética veterinaria, capacidad para gestionar practicas veterinarias e interés en mantenerse actualizado.
Funciones Generales: Dirigir, controlar, supervisar y atender a los clientes, realizar procedimientos básicos, desparasitaciones y procedimientos inyectables.
Remuneración: \$1.300.000 liquido.

Tabla N° 12 Descripción del cargo

Cargo: Técnico Veterinario
Área: Departamento de recursos humanos.
Formación Académica: Estudios superiores, técnico asistente al médico veterinario.
Experiencia: 2 a 3 años de experiencia en técnico veterinario
Competencias Genéricas: Orientación al cliente, comprensión interpersonal, identificación con la empresa, trabajo en equipo, cooperación y preocupación por el orden.
Competencias Específicas: Aplicar los cuidados básicos de enfermería animal, conocer los cuidados terapéuticos de enfermería animal, controlar y mantener los fármacos, el material y los aparatos para el cuidado de los animales.
Funciones Generales: Asistencia clínica, conocimiento sobre el cuidado básico del animal, incluyendo alimentación e higiene, educación al propietario, trabajo en equipo, administración de medicamentos (excluyente)
Remuneración: \$850.000 liquido.

Tabla N° 13 Descripción del cargo.

Cargo: Peluquera canina
Área: Departamento de recursos humanos.
Formación Académica: Cursos de peluquería canina con conocimientos básicos.
Experiencia: 1 a 2 años de experiencia en peluquería canina con trabajos propios.
Competencias Genéricas: Orientación al cliente, comprensión interpersonal, identificación con la empresa, trabajo en equipo, cooperación y preocupación por el orden.
Competencias Específicas: Aplicar los cuidados básicos de enfermería animal, conocer los cuidados terapéuticos de enfermería animal, controlar y mantener los fármacos, el material y los aparatos para el cuidado de los animales.
Funciones Generales: Asistencia clínica, conocimiento sobre el cuidado básico del animal, incluyendo alimentación, higiene y manejo, educación al propietario, trabajo en equipo, administración de medicamentos (excluyente)
Remuneración: \$650.000 liquido.

7.4 Determinación de costos.

Tabla N° 14 Tabla de remuneraciones

Cargo	Cantidad	Remuneración Bruta Mensual	Remuneración Bruta Anual
Gerente	1	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Recepcionista	1	\$ 550.000	\$ 6.600.000
Soporte informático	1	\$ 750.000	\$ 9.000.000
Médico veterinario	1	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000
Técnico veterinario.	1	\$ 850.000	\$ 9.000.000
Peluquera canina	1	\$ 650.000	\$ 9.000.000

7.5 Cadena de valor

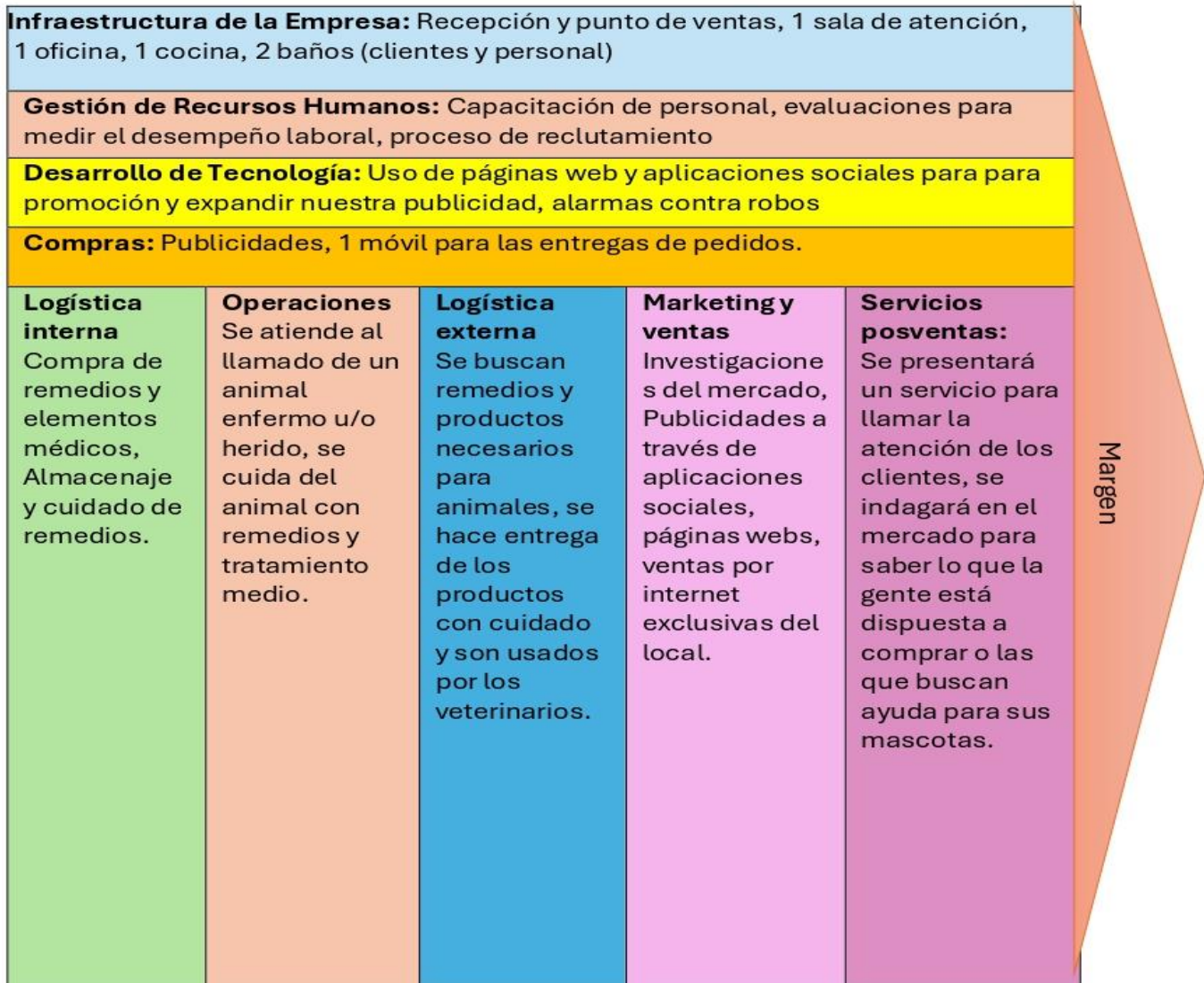


Ilustración 2.37 Cadena de valor

CAPITULO VIII

ESTUDIO LEGAL

El Artículo 29° El expendio de alimentos para animales deberá realizarse en establecimientos que cumplan con los requisitos estructurales y operacionales que serán establecidos en el acto administrativo correspondiente. (Fuente – servicio agrícola y ganadero, reglamento de alimentos para animales).

El Artículo 30° Los locales de expendio que comercien alimentos para animales deberán:

- ✓ Cumplir las condiciones de almacenaje y venta establecidas indicadas en el rótulo del producto.
- ✓ Garantizar la trazabilidad de los alimentos para animales de acuerdo a lo señalado en el artículo 8 del presente Reglamento.

El Artículo 31° Los locales de expendio que fraccionen y transfieran, a cualquier título, alimentos para animales que se hayan adquirido sellados y rotulados, deberán cumplir con las siguientes obligaciones: (Fuente – servicio agrícola y ganadero, reglamento de alimentos para animales).

- a. Garantizar la conservación de las características e inocuidad del producto, de acuerdo a la naturaleza del mismo.
- b. Informar al adquiriente todas las indicaciones obligatorias del rótulo de conformidad con el presente Reglamento, mediante un anuncio apropiado en el local de expendio.
- c. Entregar un documento al consumidor final de ingredientes o piensos el cual incluya, a lo menos, las siguientes indicaciones: nombre genérico o comercial, categoría, especie de destino y precauciones y advertencias, si corresponde.
- d. Incorporar en el contenedor de alimentos para mascotas toda la información necesaria para identificar el producto que contiene, de acuerdo a las 25 DIVISIÓN PROTECCIÓN PECUARIA indicaciones obligatorias del rótulo, de conformidad con el presente Reglamento.

El Artículo 32° El almacenamiento de alimentos para animales deberá realizarse en establecimientos que cumplan con los requisitos estructurales y operacionales que serán establecidos en el acto administrativo correspondiente. (Fuente – servicio agrícola y ganadero, reglamento de alimentos para animales).

Y por último el artículo 33° establece que los establecimientos que almacenen alimentos para animales, deberán desarrollar e implementar un programa de autocontrol basado en las directrices de aseguramiento de calidad que correspondan, establecidas por el Servicio, con el objeto de garantizar la salud animal, la inocuidad y trazabilidad de los alimentos. (Fuente – servicio agrícola y ganadero, reglamento de alimentos para animales).

Con estos 3 artículos mencionados que existen para la venta de alimentos de mascotas logramos entender lo importante que es estudiar y tener el conocimiento de todo lo que se requiere para poder distribuir estos alimentos, ya que para poder comprar estos alimentos por primera vez se necesita contar con un inicio de actividades que normalmente es el requisito que piden las grandes empresas.

CAPITULO IX
ESTUDIO FINANCIERO

8.1 Punto de equilibrio

PRECIO DE VENTA				
VENTAS PROMEDIO				200
ITEMS	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO
COSTOS VARIABLES				
SOFTWARE POST VENTA	Unidad	200	1.750	350000
COSTO VARIABLE TOTAL				350000
COSTOS FIJOS				
Personal	MES	1	5.660.000	5.660.000
Gastos administrativos	MES	1	1.557.450	1.557.450
Gastos de venta	MES	1	1.580.080	1.580.080
COSTOS FIJO TOTAL				8.797.530
COSTO TOTAL (mensual)				9.147.530
COSTO VARIABLE UNITARIO				1750
COSTO FIJO UNITARIO				45.738
COSTO UNITARIO TOTAL				47.488
MARGEN DE UTILIDAD		%	35%	16.621
PRECIO DE VENTA				64.108
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL				
Punto de equilibrio=	Total de costos fijos		PE =	8.797.530
	Precio-Costo variable unitario			62.358
Costos Fijos Total (CF)	8.797.530	PE=(cantidad)		141 Unidades /Mes
Costo Variable Unitario(CvU)	1.750			
Precio de servicio (Pv)	64.108	PE=(precio)		9.044.420 Moneda /pesos

Ilustración 2.38 Punto de equilibrio

8.2 Proyección de ingresos

	Periodo 1	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3
Ventas	Mensual	Anual	Anual	Anual
Remedios	\$767.000	\$9.204.000	\$9.549.929	\$10.281.280
Accesorios	\$ 903.000	\$10.836.000	\$11.243.267	\$11.665.841
Alimentos	\$2.118.000	\$25.416.000	\$23.371.251	\$27.362.404
Peluquería	\$513.000	\$4.914.000	\$5.184.000	\$5.940.000
Petsitter	\$450.000	\$360.000	\$720.000	\$1.080.000
Total: Ventas	\$ 4.751.000	\$50.730.000	\$ 50.068.447	\$56.329.525

Ilustración 2.39 proyección de ingresos

8.2.1 Proyección de costos y gastos

Ítems	Cantidad	Precio	Frecuencia	Mensual	Anual
Art. Oficina	1	\$41.460	1	\$41.460	\$497.520
Letrero publicitario	1	\$150.000	1	\$150.000	\$150.000
Insumos de aseo	1	\$68.255	1	\$68.255	\$819.060
Patente municipal	1	\$80.000	1	\$80.000	\$960.000
Total: Anual				\$2.066.580	
Total: Mensual				\$306.715	

Ilustración 2.40 Proyección de costos y gastos

8.2.2 Gastos comunes

Ítems	Cantidad	Precio	Frecuencia	Mensual	Anual
Luz	1	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Agua	1	\$100.000	1	\$100.000	\$1.200.000
Teléfono móvil	1	\$180.000	1	\$180.000	\$180.000
Plan teléfono	1	\$20.000	1	\$20.000	\$240.000
línea internet	1	\$17.000	1	\$17.000	\$204.000
Gastos comunes	1	\$30.000	1	\$30.000	\$360.000
Total: Anual				\$3.384.000	
Total: Mensual				\$447.000	

Ilustración 2.41 Gastos comunes

8.2.3 Pagos remuneraciones de personal

Ítems	Cantidad	Unitarios	Mensual	Anual
Director general	1	\$1.500.000	\$1.500.000	\$18.000.000
Recepcionista	1	\$550.000	\$550.000	\$6.600.000
Contador/a	1	\$60.000	\$60.000	\$600.000
Soporte técnico	1	\$750.000	\$750.000	\$9.000.000
Medico veterinario	1	\$1.300.000	\$1.300.000	\$3.9000.000
Técnico veterinario	1	\$850.000	\$850.000	\$10.200.000
Peluquera canina	1	\$650.000	\$650.000	\$7.800.000
Total: Anual			\$56.100.000	
Total: Mensual			\$5.660.000	

Ilustración 2.42 Pagos remuneraciones de personal.

8.2.4 Inversión inicial de insumos oficina

Producto	Precio	Cantidad	Total	Vida útil	Depreciación
Escritorio	\$100.000	3	\$300.000	7	\$42.857
Sillas escritorio	\$65.000	3	\$195.000	8	\$24.375
Sillas clientes	\$80.000	4	\$320.000	7	\$45.714
Notebooks	\$500.000	4	\$1.500.000	7	\$214.286
Total:			\$3.114.980	-	\$441.515

Ilustración 2.43 Inversión inicial de insumos oficina

8.2.5 Valores consulta veterinaria, peluquería canina, etc.

	Desde	Hasta
Valor consulta veterinaria	\$15.000	-
Peluquería canina	\$20.000	\$40.000
Petsitter	\$30.000	-
Farmacia vetereterinaria	\$17.000	\$ 35.000
Accesorios	\$5.000	\$30.000
Alimentos	\$18.000	\$80.000

Ilustración 2.44 Valor consulta veterinaria, peluquería canina, etc.

8.3 Flujo de caja

ITEM	Año 0	Año 2021 (3 meses)	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Inversion inicial	0	\$800.000			
Ventas		\$650.000	\$12.100.000	\$12.826.955	\$13.690.434
Total ingresos	0	\$650.000	\$12.100.000	\$12.826.955	\$13.690.434
Pago a proveedores		\$1.465.707	\$9.777.358	\$11.981.710	\$10.604.471
Contador		\$40.000	\$60.000	\$0	\$0
Publicidad		\$0	\$30.000	\$45.000	\$0
Pago de impuestos	0	\$30.000	\$60.000	\$80.000	\$100.000
Servicios delivery		\$20.000	\$50.000	\$70.000	\$85.000
Total egresos	0	\$1.555.707	\$9.977.358	\$12.176.710	\$10.789.471
Saldo final	0	-\$905.707	\$2.122.642	\$650.245	\$2.900.963

Ilustración 2.45 Flujo de caja

8.4 Valor actual neto (Van)

Inversión Inicial	\$800.000
--------------------------	------------------

Flujo de Egresos		Flujo de Ingresos		Flujo - Efectivo Neto	
Año	Egresos	Año	Ingresos	Año	Efec. Neto
1	\$1.555.707	1	\$650.000	1	-\$905.707
2	\$9.977.358	2	\$12.100.000	2	\$2.122.642
3	\$12.176.710	3	\$12.826.955	3	\$650.245
4	\$10.789.471	4	\$13.690.434	4	\$2.900.963

NEGOCIO	
Año	F. Caja
0	-\$800.000
1	-\$905.707
2	\$2.122.642
3	\$650.245
4	\$2.900.963

VAN	\$2.389.936	Ganancias
-----	-------------	------------------

Van > 0: El proyecto es positivo.

Ilustración 2.46 calculo van

La evaluación de este proyecto es rentable, ya que su Van está siendo mayor a \$0, si descontamos la inversión inicial de los flujos descontados a una tasa de descuento del 12%, en cuanto a la tasa

interna de retorno es de 25% está siendo mayor a la tasa de descuento requerida para este proyecto, por lo que cumple con ambos criterios de evaluación.

8.5 Tasa interna de retorno (Tir)

Inversión Inicial		\$800.000			
Flujo de Egresos		Flujo de Ingresos		Flujo - Efectivo Neto	
Año	Egresos	Año	Ingresos	Año	Efec. Neto
1	\$1.555.707	1	\$650.000	1	-\$905.707
2	\$9.977.358	2	\$10.100.000	2	\$122.642
3	\$12.176.710	3	\$12.826.955	3	\$650.245
4	\$10.789.471	4	\$13.490.434	4	\$2.700.963

NEGOCIO	
Año	F. Caja
0	-\$800.000
1	-\$905.707
2	\$122.642
3	\$650.245
4	\$2.700.963

Tasa. Descuento (K)	12%
TIR	> K
25%	> 12%

TIR	25%	Rentable
VAN	\$668.445	Ganancias

Ilustración 2.47 Calculo Tir

En el siguiente calculo como podemos ver, que nuestro calculo tir es positivo, ya que al sacar el flujo efectivo neto de la inversión que sería -800.000 y la suma de los ingresos y los gastos nos da un 25% (porcentaje rentable).

8.6 Periodo de recuperero (payback)

Año	Inversion	Pendiente recuperar
0	-\$800.000	-\$800.000
1	-\$905.707	-\$1.705.707
2	\$2.122.642	\$416.935
3	\$650.245	\$1.067.180
4	\$2.900.963	\$3.968.143

Ilustración. 2.48 Calculo payback

En este cálculo lo que hicimos fue, sacar el cálculo de la suma del año 1 y el año 2 nos dio un valor de 3.028.349, Esto quiere decir que en 2 años ya recuperamos lo invertido ¿Cuánto es lo que me falta para llegar a mi inversión? Calculamos el valor de x con la regla de 3 simples y nos dio el resultado de 2,11 ocupamos la misma fórmula para sacar los días y nos dio un valor de 3, esto quiere decir que recuperamos nuestra inversión en 2 años, 2 meses y 3 días.

Conclusión

Nuestra tienda de mascotas Petfamily ha demostrado ser una opción confiable y completa para los dueños de animales, ofreciendo una amplia variedad de productos de calidad y servicios especializados que cubren las principales necesidades de las mascotas. A través de un enfoque en la satisfacción del cliente y el bienestar de los animales, la tienda se ha establecido como un punto de referencia en la comunidad.

A lo largo del informe se ha destacado la importancia de continuar innovando en la oferta de productos y servicios, manteniendo un equilibrio entre la calidad y la accesibilidad para los clientes. Asimismo, se identificaron áreas clave para mejorar, como la optimización de la gestión de inventarios, la expansión de la presencia online, y el fortalecimiento de la fidelización del cliente mediante programas de lealtad y promociones personalizadas.

Para seguir creciendo y mantener una ventaja competitiva en el mercado, se recomienda seguir implementando nuevas estrategias de marketing, mejorar la capacitación del personal y diversificar aún más la oferta de productos, incluyendo alternativas ecológicas y sostenibles que están ganando popularidad entre los consumidores conscientes.

En resumen, Petfamily tiene un gran potencial para consolidarse como líder en el sector de cuidado de mascotas, siempre y cuando siga adaptándose a las necesidades cambiantes del mercado y mantenga su enfoque centrado en el bienestar de los animales y la satisfacción de sus clientes.

Bibliografía

Betancourt, D. F. (09 de agosto de 2016). Cómo hacer un árbol de objetivos: Ejemplo práctico. Recuperado el 10 de enero de 2025, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/arbol-de-objetivos.

Ballero, F. (01 de agosto de 2024). Las 5 fuerzas de Porter; Analisis con ejemplos. <https://franlopezballero.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter-analisis-con-ejemplos>.

Azkue, I. (30 de julio de 2018). Analisis Foda; que es, características y ejemplos. <https://humanidades.com/analisis-foda/>.

Peiró, R. (08 de febrero del 2024). Cadena de valor, que es, tipos y ejemplos. <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>

Morales, V, V. (28 de febrero del 2024) Valor actual neto Van, que es y cómo utilizarlo. <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>.

Arias, S, A. (12 de noviembre del 2024). Tasa interna de retorno (Tir) ¿Qué es? Formula y ejemplos. <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>.

Morales V, V. (01 de marzo del 2020). Payback – plaza de recuperación- Definición, que es y concepto.

<https://economipedia.com/payback.html#:~:text=El%20payback%20o%20plazo%20de%20recuperación%20es%20un,un%20método%20estático%20para%20la%20evaluación%20de%20inve rsiones>.

Arias, R, E. (11 de mayo del 2024) ¿Qué es el punto de equilibrio? Formulas, gráficos t ejemplos. <https://economipedia.com/definiciones/ /punto-de-equilibrio.html>.

Editorial, Etecé. (5 de agosto del 2021) Estudio de mercado – concepto, usos, tipos y ejemplos. <https://concepto.de/estudio-de-mercado/>

Ibáñez, J.G. (18 de septiembre del 2017). Ehrlichiosis canina- síntomas y tratamiento. <https://www.expertoanimal.com/ehrlichiosis -canina-sintomas-y-tratamiento-23026.html>.

Coello, Z. (17 de julio del 2024) Historia, origen y evolución del perro (canis lupus familiaris) <https://www.expertoanimal.com/historia-origen-y -evolucion-del-perro-24433.html>.

Mark, J, J. (25 de julio del 2016) Anubis- enciclopedia de la historia del mundo. <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-11903/Anubis/>

Sánchez, E. (28 de junio del 2017). Las cinco libertades; decálogo del bienestar animal- veterinarios centre Veterinari. <http://veterinos.com/es/las-cinco-libertades-decalogo-bienestar-animal/>.

Solunion (10 de abril del 2023) Analisis económico en chile 2023. <https://www.solunion.cl/blog/economia-de-chile-2023-retos-y-oportunidades/>.

CNN chile (08 de noviembre del 2024) Sernac oficia a compañías de alimentos para mascotas para que implementen nuevo etiquetado con información sobre tenencia responsable. https://www.cnnchile.com/pais/sernac-oficia-a-companias-de-alimentos-para-mascotas-para-que-implementen-nuevo-etiquetado-con-informacion-sobre-tenencia-responsable_20241108/.