



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL MEJORAMIENTO DEL PET SHOP
UYWAS EN EL DISTRITO DE ATE - 2022”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:

BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Milagros Deysi Casapaico Luna (0000-0002-2652-1109)

Lennin Jonathan Galarza Guzmán (0000-0002-7868-6693)

Charli Kelly Yabar Moreno (0000-0001-5788-3287)

Tania Katherine Yana Daza (0000-0002-7307-6642)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 18 / 12 /2022

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. / RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA EL MEJORAMIENTO DEL PET SHOP UYWAS EN EL DISTRITO DE ATE - 2022"

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071369	Lennin Galarza Guzmán
100072224	Charli Kelly Yábar Moreno
100071663	Tania Yana Daza
100071477	Milagros Deysi Casapaico Luna

Para optar al grado de Bachiller en: Administración de Empresas en la carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100071369	Lennin Galarza Guzmán	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
100072224	Charli Kelly Yábar Moreno	Aprobado (14)	Desaprobado (Nota)
100071663	Tania Yana Daza	Aprobado (14)	Desaprobado (Nota)
100071477	Milagros Deysi Casapaico Luna	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 13 de enero del 2023

Señor,
Dr. Percy Mayta

**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación
Universidad Científica del Sur
Presente. –**

De nuestra consideración,

Yo: Casapaico Luna, Milagros Deysi. Galarza Guzmán, Lennin. Yabar Moreno, Charli Kelly. Yana Daza, Tania Katherine, egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor/la asesora de tesis Giovana Edith Ruiz Villavicencio, declaramos que este informe final de tesis/trabajo de investigación titulado: “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL MEJORAMIENTO DEL PET SHOP UYWAS EN EL DISTRITO DE ATE - 2022”, sustentado para obtener el título/grado de Bachiller de Administración de Empresas, es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi (nuestra) investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,

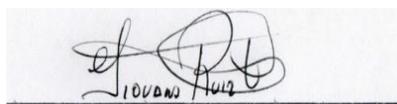


Firma tesista

Milagros Deysi

Casapaico Luna

DNI: 76723571



Firma del asesor de tesis

**Giovana Edith Ruiz
Villavicencio**

DNI: 098009746

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>



Firma de tesista

Lenin Galarza

Guzmán

DNI: 44155848



Firma de tesista

Charli Kelly Yabar

Moreno

DNI: 71931575



Firma de tesista

Tania Katherine

Yana Daza

DNI: 73978375

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Plan de negocios para el mejoramiento del Pet Shop Uywas en el distrito de Ate - 2022

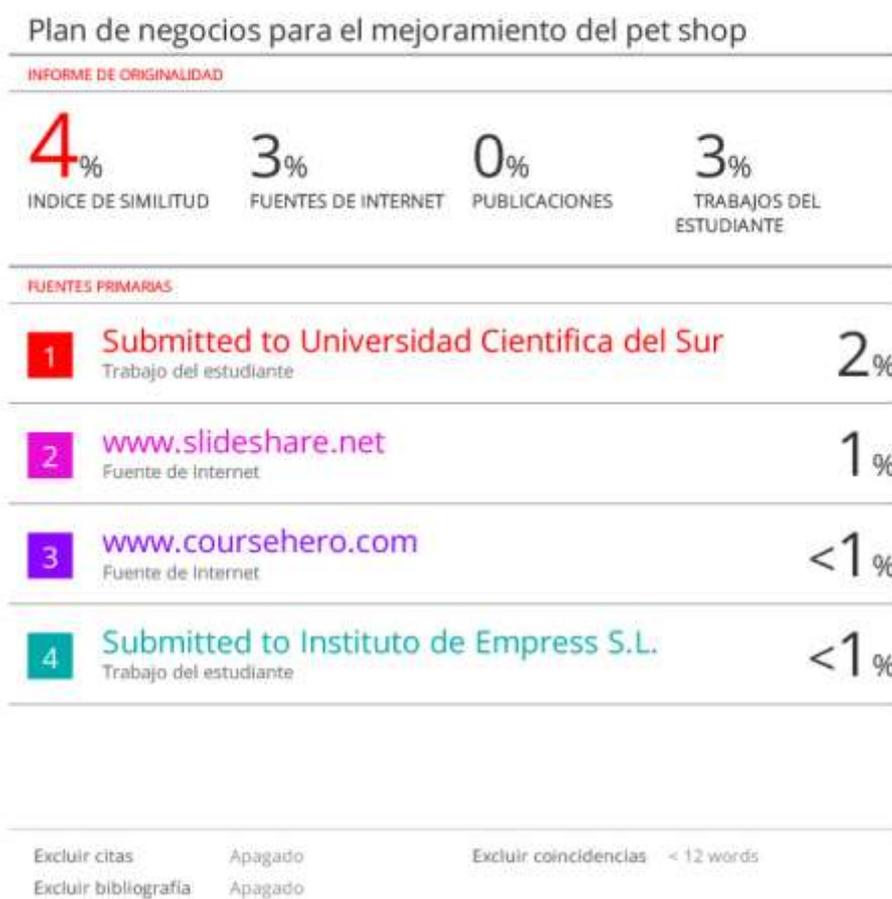
Autores. Lennin Galarza Guzmán; Charli Kelly Yábar Moreno; Tania Yana Daza; Milagros Deysi Casapaico Luna.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 1990550232).

Resultado de la evaluación. 4%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



Índice general

Índice general	2
Índice de figuras	5
Índice de tablas	5
Resumen ejecutivo	6
Introducción	7
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	8
1.1. Análisis de la empresa	8
1.2. Plan estratégico de la empresa	8
1.2.1. Visión	8
1.2.2. Misión	9
1.2.3. Objetivos estratégicos	9
1.2.4. Estrategia del negocio	10
1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	10
1.3. Plan de Marketing	11
1.3.1. Objetivos de marketing	11
1.3.2. Marketing mix	12
1.3.3. Descripción de producto o servicio	13
1.3.4. Estrategia de precio	13
1.3.5. Estrategia de distribución de plaza	14
1.3.6. Estrategia de promoción	14
1.3.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa	14
1.3.8. Estrategia de posicionamiento	15
1.4. Plan de Operaciones	15

1.4.1.	Objetivos de operaciones	15
1.4.2.	Actividades previas al inicio de la producción	16
1.4.3.	Proceso de producción del bien o servicio	17
1.5.	Diseño de estructura y plan de recursos humanos	19
1.5.1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal	19
1.5.2.	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal	20
1.5.3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal	21
1.5.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	22
1.6.	Plan financiero	27
1.6.1.	Historia financiera de la empresa	27
1.6.2.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras	28
1.6.3.	Plan de ventas de la empresa	29
1.6.4.	Análisis de costos	30
1.6.5.	Punto de equilibrio de la empresa	30
1.6.6.	Adquisición de materiales e insumos para la producción	31
1.6.7.	Inversión inicial	32
1.6.8.	Capital de trabajo	32
1.6.9.	Fuentes de financiamiento	32
1.6.10.	Proyección de flujo de caja	33
1.6.11.	Análisis de rentabilidad	33
1.6.12.	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa	34
1.6.13.	Balance General proyectado de la empresa	34
1.6.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa	35
1.7.	Descripción del equipo gerencial de la empresa	36

Índice de figuras

Figura 1	Planilla de Remuneraciones	28
Figura 2	Proyección de ventas	29
Figura 3	Gastos	29
Figura 4	CAPEX	30
Figura 5	Análisis de costos	30
Figura 6	Punto de equilibrio	30
Figura 7	Participación de los socios	32
Figura 8	Financiamiento de la empresa	32
Figura 9	Proyección de flujo de caja	33
Figura 10	Análisis de rentabilidad	33
Figura 11	Estado de resultados	34
Figura 12	Balance general	34
Figura 13	Análisis de sensibilidad	35
Figura 14	Población	35
Figura 15	Diseño del organigrama	36

Índice de tablas

Tabla 1	Adquisición de materiales e insumos para el servicio	17
Tabla 2	Porcentaje de participación por socio	28
Tabla 3	Materiales e insumos para el servicio	31

Resumen ejecutivo

El plan de negocio de mejora del Pet Shop Uywas en el distrito de Ate - 2002, está enfocado y orientado para generar mayor valor agregado al servicio que brinda, y una buena experiencia a todos los clientes que buscan un buen cuidado de la salud de sus engreídos (mascota) de la familia.

El plan de negocio de mejoramiento se planteó debido a que actualmente el Pet Shop Uywas, ubicado en el distrito de Santa Anita, no está teniendo la acogida que buscaba inicialmente, esto sumado a la paralización que hubo a causa de la pandemia en los dos últimos años, motivo por el cual no ha podido tener el despegue económico y de posicionamiento que buscaba. Es por ello que se consideró reubicar el negocio en el distrito de Ate en donde se espera tenga la acogida con la mejora del servicio y el nuevo plan estratégico, que tiene como finalidad la fidelización del cliente.

Gracias al estudio a profundidad de las deficiencias que viene presentando el Pet Shop Uywas se han hecho replanteos en la prestación del servicio y la atención al cliente, por otro lado también se ha hecho una evaluación financiera en donde los resultados proyectados por el punto de equilibrio, VAN, TIR, entre otros indicadores; se prueba factible y factible la mejora del plan de negocios.

Introducción

Actualmente en el Perú hay personas que se preocupan por sus mascotas ya que son una parte fundamental para la familia , están dispuestos de pagar por los servicios que se garantizan por el bienestar de la mascota. Tener una mascota implica una responsabilidad lo que es sus cuidados, salud y comodidad. En la actualidad se puede apreciar sobre los cuidados de la mascota esto hace que la empresa obtenga oportunidades y beneficios de ello.

Por otro lado, nuestro plan de mejoramiento ofrece una estrategia a la empresa respecto a su rentabilidad en el mercado ofreciendo servicios de baños, cortes de pelo y uñas, limpieza de oídos, desparasitación interna y externa, etc. Además, se ofrecen servicios secundarios los cuales son tratamientos para el mejoramiento de la mascota.

En la investigación pondremos en marcha el plan de mejoramiento que nos brindara resultados exitosos para el PET SHOP UYWAS para obtener una buena penetración en el mercado y así garantizando un buen servicio para que las mascotas y sus dueños se sientan cómodos.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Análisis actual de la empresa

En la actualidad la empresa UYWAS posee un pequeño local en el distrito de Santa Anita, donde viene realizando los servicios de baños simples, baños medicados, corte de pelos, uñas, desparasitación exterior e interior. Asimismo, posee un área de consultoría médica a cargo de un profesional médico veterinario.

Sin embargo, el distrito en el cual se encuentra no está teniendo la acogida que buscaba inicialmente, esto sumado a la paralización que hubo a causa de la pandemia los dos últimos años, no ha podido tener el despegue de posicionamiento y económico que busca.

1.2. Plan estratégico de la empresa

El presente plan busca el mejoramiento de la empresa, para ello busca trasladarse al distrito de Ate Vitarte, donde buscará encontrar mayor demanda a través de un local ubicado en la zona de Santa Clara, donde hay mayor movimiento y concurrencia de público.

1.2.1. Visión

Ser reconocida como la empresa líder en Lima Este dedicada al bienestar y cuidado de mascotas.

1.2.2. Misión

Brindar un servicio de excelencia a sus clientes, dejando una buena impresión y experiencia, para los dueños y sus mascotas cuando requieran el cuidado necesario.

1.2.3. Objetivos estratégicos

- Posicionar a "UYWAS" como una de las marcas favoritas de los clientes que aman los tesoros, brindando a las mascotas un entorno expansivo y opciones de tiendas de mascotas.
- Aproveche las modas y tendencias tecnológicas actuales y use innumerables aplicaciones en dispositivos telefónicos para aumentar las tasas de adquisición para clientes relativamente jóvenes.
- Busca alianzas y convenios con grandes organizaciones para brindar servicios pet-friendly que te permitan llegar a más clientes.
- Buscando constantemente innovar, crecer y lo más importante, seguir la imagen que nos hace únicos para seguir compitiendo en el mercado.
- Cultivar continuamente equipos organizacionales en varios campos para retener a los clientes con servicios de alta calidad.
- Concienciar y animar a los clientes de que los perros deben contar con lugares, ambientes e instalaciones adecuados para su desarrollo.

- Mejorar la eficiencia operativa y reducir continuamente los costos.

1.2.4. Estrategia del negocio

- **Diferenciación**

El principal diferenciador del mejoramiento que implementaremos en el pet shop UYWAS, es la atención que se brindará al cliente, ya que con esto busca generar una buena experiencia, confianza y seguridad a través de una atención personalizada con los mejores expertos en cuidados de mascotas. Qué es lo que actualmente muchos pet shops no ofrecen hoy en día, ya que se enfocan en otros aspectos, por ende, al enfocarnos principalmente en el cliente hará que el negocio mejore significativamente.

- **Enfoque**

El plan de mejoramiento que implementaremos en el pet shop UYWAS tiene como propósito brindar un servicio exclusivo, personalizado y diferenciado de la competencia. Dirigido a aquellas personas que buscan un buen cuidado de la salud del engreído de la familia, con lo cual buscamos acercarnos y ganar la confianza de los clientes.

1.2.5. Puntos generadores de la ventaja competitiva

En la organización, se enfoca en brindar buenos servicios para satisfacer las necesidades de los clientes dueños de mascotas, en donde buscan que sus mascotas estén cómodas, bien atendidas y bien cuidadas.

a. Personal capacitado:

Se trabajará con un personal capacitado respecto al baño de mascotas, por ello la empresa verifica que cumplan el perfil pero lo primordial es que estén dispuestos de trabajar con vocación y mediante ello la empresa brindará capacitaciones constantes para la mejora.

b. Atención al cliente:

Esto empieza desde el ingreso del dueño y la mascota cuando el personal comienza a interactuar, después se comienza con el procedimiento del baño donde la mascota está segura y al terminar es donde la mascota se siente contento y el dueño satisfecho por el resultado.

1.3. Plan de Marketing**1.3.1. Objetivos en marketing**

- Entablar medios publicitarios más efectivos y eficientes como estrategia para promocionarse en la nueva zona.
- Mantener precios acordes al mercado existente.
- Crear elemento diferenciador, que permita atribuirle valor agregado a nuestros productos y servicios.
- Causar notoriedad en el área a establecerse como campo de cobertura de servicios y ventas.
- Fidelizar a los clientes atraídos y atendidos.

Acciones a emplear para el cumplimiento de objetivos planteados

- Realizar seguimiento de las publicaciones en las distintas plataformas utilizadas como medio de comunicación, determinar mediante cuales se tiene mayor alcance mediante google ads.
- Estar atento al movimiento de precios en el mercado, para evitar que la competencia utilice estrategia de precios más bajos. Asimismo, monitorear campañas veterinarias.
- Utilizar medios de recompensa, como premios a las mascotas de los clientes, servicio de recojo y entrega, pequeña sesión de fotos. Asimismo, implementar la venta de productos relacionados que no se encuentren disponibles en la zona.
- Hacer activaciones mediante la sociedad de marcas, que permitan realizar juegos y sorteos cada determinado tiempo.
- Emplear un registro de clientes que permita realizar llamadas de recordatorio de vacunas, promociones y descuentos para los clientes frecuentes.

1.3.2. Marketing mix

Se implementará una estrategia a través de las 4P's, esto permitirá conseguir mejor posicionamiento dentro del mercado nuevo, nos brindará soporte que nos lleve a conseguir mayores ventas, reducir costes de publicidad, establecer pautas de previsión en la ubicación de la empresa, forma de distribución, establecimiento con intermediarios, establecer canales de comunicación.

Asimismo, establecer precios accesibles y/o que como mínimo, se encuentre mínimamente por encima del punto de equilibrio, realizar seguimiento mediante evaluaciones de post-venta, manteniendo una comunicación directa con los clientes y buscar metas que aseguren el mayor éxito de la empresa.

1.3.3. Descripción de producto o servicio

Uywas, entidad dedicada al baño y corte de pelo para mascotas, con la finalidad de brindar servicios de cuidado e higiene, buscando enfocarse en personas con tendencia pet friendly, que por motivos laborales u otros, no pueden realizar dichas tareas, por lo tanto; sus mascotas, necesitarán este tipo de servicios que no podrán ser realizado por sus dueños, requerirán de nuestro servicio. Asimismo, realizar una evaluación preventiva para conocer el estado actual del animal, o si requiere de algún cuidado en especial y/o algún otro tipo de tratamiento, ya que se contará con un profesional veterinario y una atención personalizada, de la misma manera, se podrá implementar a venta de artículos dedicados al uso y consumo para las mascotas, esto generará mayores ingresos y a la misma vez ganar la confianza de los dueños de las mascotas, teniendo como objetivo establecer una fidelización de los mismos.

1.3.4. Estrategia de precio

Somos una pequeña empresa y nos enfocamos en buscar una estrategia de penetración , también se desea obtener una mayor captación de clientes, para así poder obtener una participación en el mercado. Usaremos la etapa de lanzamiento donde lanzaremos un descuento del 10% en cualquier vacuna o tratamiento en 1 mes

, la estrategia se hará únicamente lanzando empresas y precios, haciéndolo para conseguir resultados y adaptarse al mercado.

1.3.5. Estrategia de distribución de plaza

La B2C es la estrategia que usaremos para poder alcanzar a nuestros clientes, por eso es que nos centraremos en lo que realmente necesita el cliente (el dueño).

1.3.6. Estrategia de promoción

Con los siguientes medios de comunicación se podrán dar a conocer los servicios que ofrecemos, promociones, sorteos y lo más importante es la presentación del personal con nuestras mascotas y los siguientes medios que utilizaremos son:

- Facebook (La ubicación y descripción del negocio)
- Instagram (Publicidad de los servicios)
- Whatsapp Business (Donde se atenderá consultas y se brindará precios)
- Tik Tok (Videos promocionales)

1.3.7. Estrategia mediante servicio al cliente o post-venta

Se realizará mediante y/o a través de canales de venta de redes sociales, de forma que el cliente pueda acceder al catálogo de servicios ofrecidos por nosotros, incluyendo promociones y ofertas especiales, todo esto en las redes sociales preferidas de los clientes y que cuenten con mayor volumen de contenido, pues esto permitirá un mayor alcance.

Herramientas digitales:

- Facebook
- Páginas Web
- Aplicativos por donde se presenta nuestros servicios

Post-venta: Durante este proceso, se realizan encuestas de satisfacción del cliente para adquirir clientes mediante el uso de redes sociales y sitios web. Se atenderán las reclamaciones y sugerencias de los clientes y se habilitará una línea telefónica para tal efecto.

1.3.8. Estrategia mediante posicionamiento

El esquema a desarrollar posiciona, enfatiza y destaca la diversidad de servicios que brinda la empresa, con ventajas competitivas únicas, personalizadas y diferenciadas. Se trata de atraer y fidelizar a más clientes, logrando así la sostenibilidad de la relación comercial y de negocios con cada dueño de mascota en el tiempo.

1.4. Plan de Operaciones

1.4.1. Objetivos en operaciones

- Brindar la mejor experiencia en servicio posible para cada tarea realizada, con un local acondicionado.
- Ganar confianza y seguridad en los clientes con tu producto.
- Mantener siempre la alta calidad y los estándares excepcionales del servicio prestado.
- Aumentar la lealtad de los clientes al aumentar su popularidad.
- Revisar cómo se están realizando las operaciones en curso a través de un análisis.

- Establecer el alcance de la responsabilidad para cada paso.
- Identificar adecuadamente a las personas involucradas en el proceso.
- Maximizar el beneficio obtenido por cada servicio realizado.
- Equilibre la eficiencia con los costos para mantener los procesos funcionando sin problemas y económicamente.

1.4.2. Actividades antecesoras al inicio de los servicios

- Elección del local, ubicación. Esto debe usarse para indicar que la tienda de artículos para mascotas es la actividad principal.
- Selección de personal.
- Gestión relacionada con la administración de licencias y permisos.
- Negociaciones con proveedores.
- Registro de clientes. Acceso a la compra de los productos.
- Identificación de pedidos. El seguimiento de los pedidos y el inventario es necesario para una clasificación adecuada. Semanalmente, los miembros del personal registran su inventario de inventario en un almacén en una base de datos. También clasifican los artículos por tipo específico

Materiales y equipos

Tabla 1. Adquisición de materiales e insumos para el servicio

ADQUISIÓN DE MATERIALES E INSUMOS PARA EL SERVICIO					
	MATERIALES O INSUMOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
MAQUINARIA Y EQUIPO	Terma	1	250.00	250.00	1%
	Sopladora	1	400.00	400.00	2%
	Máquina de corte	2	250.00	500.00	3%
	Equipos de computo	1	2,000.00	2,000.00	12%
	Movilidad	1	7,000.00	7,000.00	42%
		6	9,900.00	10,150.00	
MUEBLES Y ENSERES	Juego de muebles de recepción y espera	1	1,800.00	1,800.00	11%
	Jaulas de acero	1	2,000.00	2,000.00	12%
	Mesas de consulta, corte y quirúrgica	1	2,500.00	2,500.00	15%
		3	6,300.00	6,300.00	
INVENTARIO	Juego de tijeras	1	100.00	100.00	1%
	Accesorios e insumos de limpieza	1	200.00	200.00	1%
	Accesorios de spa	1	100.00	100.00	1%
		3	400.00	400.00	
	Total	12	16,600.00	16,850.00	

Nota. Elaboración propia

1.4.3. Proceso en producción del servicio

Proceso de compra

Se agrega este producto a la cartera de negocios ya establecida y ampliará aún más el alcance de trabajo de la compañía.

El cliente quiere comprar una lista de artículos que nos proporcionó. La compra del cliente queda registrada en nuestra base de datos. Además, la base de datos del inventario identifica los productos solicitados por el cliente. Determinamos que tenemos los productos usando nuestro conocimiento. Después de confirmar el stock de la tienda, seguirán de este proceso:

a) Información: Pet- Shop UYWAS

Se recibe a los clientes con un saludo, brindando una atención personalizada, exhibiendo las prendas según el gusto del cliente, información sobre la ubicación de los accesorios y que los clientes no tengan presión para comprar.

Asimismo, se da cómo servicio el baño a las mascotas, con el mejor manejo y cuidado.

b) Consulta: Se va a presentar la variedad de los productos y servicios que hay dentro del local.

c) Toma de pedido:

- Se recibe el orden del pedido.
- Búsqueda del producto.
- Supervisión: Revisión del estado del producto.
- La aprobación.
- Producto colocado en la bolsa o caja sellada, las prendas irán envasadas en una bolsa de papel biodegradable que contará con el logo de la empresa.

d) Hospitalidad: Trato amable y buena atención.

e) Cuidado: Se contará con cámaras de seguridad.

f) Excepciones: Preferencia para los clientes fieles y descuentos.

g) Facturación: se respeta el precio establecido.

h) Pago: Tarjeta, yape, tunki, efectivo.

1.5. Diseño de la estructura y planeación de recursos humanos

1.5.1. Método de reclutamiento, filtro/selección y contratación del personal

El método a aplicar será mediante su capacidad de comunicación efectiva y el impulso para hacer una contribución significativa a la causa. Los puestos de las tareas, responsabilidades y calificaciones de un puesto en particular en una organización. También deben incluir los conocimientos y habilidades necesarios para el trabajo y los siguientes procesos son:

Reclutamiento

Al crear un nuevo puesto de trabajo en el negocio UYWAS, buscan colaboradores que ayuden a aumentar la capacidad y el potencial humano. Cada nueva posición creada por esta empresa los alienta a cumplir sus objetivos. Por eso, eligen trabajar con personas con perfiles profesionales impresionantes.

Proceso de Reclutamiento, Selección y Capacitación

- A. Definir perfiles y funciones de trabajo.
- B. Búsqueda y reclutamiento
- C. Entrevista
- D. Contrato
- E. Inducción 15 días
- F. Entrega del manual de organización y funciones (MOF)

1.5.2. Método de inducción, capacitación y evaluación de los colaboradores

M. Inducción

- Proporcionar conocimiento sobre nuestra empresa (misión, visión y objetivos).
- Informar acerca sus deberes y obligaciones.
- Reconocimiento de espacio personal, área laboral y herramientas de trabajo.
- Presentación de compañeros de trabajo.
- Cuidados y manejo básicos de las mascotas (sin el animal), a través del Dr.(a).

Capacitación

- Cuidados y manejo básicos de las mascotas (con el animal), a través del Dr.(a).
- Conceptos básicos de primeros auxilios.
- Charlas de utilización lingüística con los dueños y convivencia animal.
- Manejo de agresividad según especie animal.
- Manejo de equipos y herramientas de trabajo.

Evaluación de personal

- Feedback 360 y retroalimentación
- Encuesta de satisfacción del cliente.
- Cumplimiento de objetivos.

1.5.3. Métodos de motivación y desarrollo del personal

Pizarra de descarga: Esta estrategia se realiza mediante la implementación de una pizarra, donde los colaboradores puedan expresar todas sus emociones con el transcurrir del día mediante dibujos y/o frases, esto va permitir saber con qué ánimo llegó al trabajo, como va en el pasar del día y como se va. Tras la interpretación de lo que plasme se podrá conocer, no solo el clima laboral, sino también, ideas, objetivos propios y hasta sueños que busca realizar.

Reuniones de la mesa redonda: Estas reuniones serán para las lluvias de ideas y retroalimentación de lo que se pueda mejorar, la posición jerárquica no tendrá prioridad, aquí toda idea se discutirá con el fin de mejorarla e implementarla. Esto le va permitir al colaborar hacerle saber que su voz es escuchada y valorada, traduciéndose en reconocimiento e incentivo para una mayor participación.

Participación y compartir: Asistir como equipo a charlas, presentaciones y activaciones de las distintas marcas y proveedores, esto va permitir que el conocimiento sea para todos, capacitando de manera directa e involucrativa a todos los colaboradores, terminando con un compartir como premio a sus labores realizadas.

1.5.4. Políticas de remunerativas y compensatorias

Nuestra política de remuneración y/o compensación se basa en normas y reglamentos.

las cuales tienen como finalidad la distribución adecuada del salario de todo el personal de la empresa, en consideración al cargo que desempeñe cada trabajador. Dichas políticas comprenden todo el procedimiento y condiciones con las que se realizarán los pagos.

Nos encontramos en régimen especial de impuesto a la renta (RER) y de acuerdo a esta categoría tributaria, además de ser microempresa; según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, nuestros empleados disfrutarán de los siguientes beneficios:

- ❖ Descanso obligatorio durante 24 horas consecutivas.
- ❖ Disfrutar de las vacaciones establecidas en el régimen de trabajo conjunto para actividades privadas.
- ❖ Asegurado a un sistema médico integral
- ❖ Deberán elegir afiliarse al Sistema Nacional de Pensiones (ONP) o a una entidad privada de Pensiones (AFP).
- ❖ De ocurrir un caso de despido arbitrario, se brindará una indemnización de acuerdo a ley, equivalente a 10 días de salario (por cada año completo de servicio), hasta un máximo de 90 días de salario.

Al consultora Flores, M. (2019) descripción de puesto:

	Reclutamiento	
Código	Numero de Revisión	Pagina
SGC-RCH-DP-02	1	1 de 4



Puesto: Digestión del desarrollo Organizacional	Área: Administrativa
--	-----------------------------

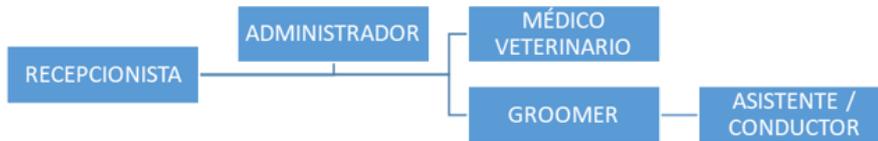
Departamento: Administrador	Horario: 8:00 am – 5:45 pm de Lunes a Viernes Sábados con disponibilidad de 8:00 am – 2:00 pm
------------------------------------	--

Descripción Genérica: Implementar planes definidos para el desarrollo de la organización y sus recursos humanos, contribuyendo a la construcción y mantención de un clima laboral armónico, en función de las estrategias de la empresa.
--

Personal a Cargo:	4
--------------------------	---

Número de Ocupantes: 1

1.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



	Elaboro	Revisó	Autorizo
Nombre			
Firma			
Fecha	2022	17/NOV/2022	17/NOV/2022

	Reclutamiento	
Código	Numero de Revisión	Pagina
SGC-RCH-DP-02	1	2 de 4

2.- ACTIVIDADES

Objetivo del Puesto

Diseñar, implementar, analizar y controlar planes para el recurso humano de la empresa que contribuyan al mejoramiento del clima laboral en pro de incrementar el rendimiento, el sentido de pertenencia hacia la empresa y el desarrollo de competencias.

Actividades
❖ Elaborar, aplicar y analizar encuestas de clima laboral y reportar resultados a gerencia de recursos humanos, dando seguimiento a planes diseñados.
❖ Elaborar y aplicar la matriz de habilidades para enfocar el plan de capacitaciones.
❖ Realizar, aplicar y analizar la DNC (Diagnostico de Necesidades de Capacitación), con base a sus resultados generar el plan de capacitación anual, tramitar autorización de su aplicación con su jefe inmediato.
❖ Ejecutar el plan de capacitaciones de acuerdo a la DNC, elaborar y entregar reconocimientos.
❖ Realizar análisis estadísticos de clima laboral, rotación de personal, vacaciones, horas extras, DNC entre otros indicadores y reportar resultados a gerencia de recursos humanos.
❖ Programar y realizar los cursos de inducción de los trabajadores de la empresa.
❖ Planificar, coordinar y realizar eventos de la empresa previa autorización de gerencia de recursos humanos (jornada administrativa, día de muertos, comida de lunes, revisar el comedor, etc.).
❖ Establecer, fomentar y controlar planes de comunicación asertiva dentro de la empresa previa autorización de gerente de recursos humanos.
❖ Informar a los trabajadores sobre días no laborables, duración de jornadas, entrega de uniformes, entre otros previa autorización de gerente de recursos humanos.
❖ Administrar pruebas psicométricas (pruebas de confiabilidad) y estudios socioeconómicos foráneos informando a la gerencia de recursos humanos el estatus y el resultado de los mismos.
❖ Recopilar, integrar, actualizar los expedientes de los trabajadores de la empresa.

	Elaboro	Revisó	Autorizo
Nombre			
Firma			
Fecha	2022	17/NOV/2022	17/NOV/2022

	Reclutamiento	
Código	Numero de Revisión	Pagina
SGC-RCH-DP-02	1	3 de 4

- ❖ Analizar expedientes de los trabajadores a contratar por outsourcing y ratificar referencias laborales y personales para Vo.Bo. o autorización de gerente de recursos humanos.
- ❖ Gestionar beneficios extraordinarios para los trabajadores a través de convenios con otras entidades desarrollando así la responsabilidad social empresarial.
- ❖ Apoyar en diversas actividades que su jefe inmediato le solicite.

Conocimientos
Administración de Recursos Humanos. Gestión del cambio organizacional. Comportamiento organizacional. Técnicas de desarrollo de equipos de trabajo. Paquetería de MS Office. Manejo de ERP.

Experiencia Requerida
2 años en funciones de desarrollo organizacional o cargos similares.

3.- HABILIDADES

Indispensables
Desarrollo estratégico de los recursos humanos Liderazgo para el cambio Facilidad de expresión oral y escrita
Importantes
Capacidad para planificar y organizar Empatía Habilidad analítica Manejo de grupos de trabajo Trabajo en equipo
Deseables
Alta adaptabilidad Negociación

	Elaboro	Revisó	Autorizo
Nombre			
Firma			
Fecha	2022	17/NOV/2022	17/NOV/2022

	Reclutamiento	
Código	Numero de Revisión	Pagina
SGC-RCH-DP-02	1	4 de 4

4.- HERRAMIENTAS DE TRABAJO

Manual organizacional, de Procedimientos e Instrucciones de Trabajo
 Equipo para capacitaciones
 Computadora
 Material y mobiliario de oficina
 Sistema ERP

	Reclutamiento	
Código	Numero de Revisión	Pagina
SGC-RCH-DP-02	1	4 de 4

	Elaboro	Revisó	Autorizo
Nombre			
Firma			
Fecha	2022	17/NOV/2022	17/NOV/2022

Fuente: Efector Consultores (2019)

1.6. Plan financiero

1.6.1. Historial financiero de la empresa

La historia financiera actual de la empresa se basa en las contribuciones de los accionistas. Sin embargo, al implementar este plan de mejora, busque mayores contribuciones de los nuevos miembros en lugar de crear nuevas asignaciones:

Tabla 02. Porcentaje de participación por socio

ACCIONISTAS	% de participación en acciones
Casapaico Luna, Milagros	25%
Galarza Guzmán, Lennin	25%
Yabar Moreno, Charli	25%
Yana Daza, Tania	25%
TOTAL	100%

Nota: Elaboración propia

1.6.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Figura 01. Planilla de Remuneraciones

GASTO OPERATIVO (SUELDO DE MANO DE OBRA DIRECTA)				
Nombre de puesto	Número de personas	Sueldo mensual por persona	Sueldo mensual total	Sueldo bruto anual
Recepcionista	1	512.50	512.50	6,406.25
Médico Veterinario	1	1,025.00	1,025.00	12,812.50
Groomer	1	1,025.00	1,025.00	12,812.50
Asistente / Conductor	1	1,025.00	1,025.00	12,812.50
Total	4	3,587.50	3,587.50	44,843.75
GASTOS ADMINISTRATIVOS (SUELDO DE MANO DE OBRA INDIRECTA)				
Nombre de puesto	Número de personas	Sueldo mensual por persona	Sueldo mensual total	Sueldo bruto anual
Administrador	1	1,400.00	1,400.00	17,500.00
Total	1	1,400.00	1,400.00	17,500.00
Total Mano de Obra		4,987.50	4,987.50	62,343.75
			TOTAL	4,987.50 (MENSUAL)
				62,343.75 (ANUAL)

Nota. Elaboración propia

1.6.3. Plan de ventas de la empresa

Figura 02. Proyección de ventas

Presentación	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	% de crecimiento anual
Año 1	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	5.0%
Año 2	581	581	581	581	581	581	581	581	581	581	581	581	7.5%
Año 3	624	624	624	624	624	624	624	624	624	624	624	624	7.5%
Año 4	686	671	671	671	671	671	671	671	671	671	671	671	10.0%
Año 5	686	721	721	721	721	721	721	721	721	721	721	721	

Nota: Elaboración propia

Precio Unitario S/. 27.42 Sin IGV

Las compras se ejecutan según las ventas planificadas

Costo de Ventas S/. 20.00 Sin IGV
del producto X1

Figura 03. Gastos

Gastos Administrat	Monto en S/.		
Planilla	62,343.75	Anual	
Luz,agua,telf	850.00	Anual	
Alquiler	10,800.00	Anual	
Otros		Anual	
Gastos de Ventas	Monto en S/.		
Marketing	2,400.00	Anual	Sin IGV
Merchandising	2,250.00	Anual	Sin IGV
Transporte para ven	N/A	1%	del valor del ventas

Nota: Elaboración propia

Figura 04. CAPEX

Adecuación del local	10,000.00
Maquinaria y equipo	10,150.00
Muebles y enseres	6,300.00
Inventario	400.00
Total	26,850.00

Nota: Elaboración propia

1.6.4. Análisis de costos

Figura 05. Análisis de costos

Alquiler y adecuación del local	10,000.00
Maquinaria y equipo	10,150.00
Muebles y enseres	6,300.00
Inventario	400.00
Total	26,850.00

Precio del servicio	S/. 27.42
Las compras se ejecutan según las ventas planificadas	
Costo Venta	S/. 20.00

Nota: Elaboración propia

1.6.5. Punto de equilibrio de la empresa

Figura 06. Punto de equilibrio

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	S/12.36
PUNTO DE EQUILIBRIO	478.11

Nota: Elaboración propia

Esto significa que la empresa tendrá que realizar 478.11 servicios por mes, para poder cubrir los costos fijos del respectivo mes, por ende, sobre esa cantidad mínima recién se podrán generar utilidades.

1.6.6. Compra de materiales e insumos para el servicio.

Tabla 03. Materiales e insumos para el servicio

EQUIPOS Y/O HERRAMIENTAS	CANT	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Juego de muebles de recepción y espera	1	1,800.00	1,800.00
Mesas de consulta, corte y quirúrgica	1	2,500.00	2,500.00
Jaulas de acero	1	2,000.00	2,000.00
Terma	1	250,00	250,00
Sopladora	1	400.00	400.00
Juego de tijeras	1	100.00	100.00
Máquina de corte	2	250.00	500.00
Accesorios e insumos de limpieza	1	200.00	200.00
Accesorios de spa	1	100.00	100.00
Equipos de computo	1	2,000.00	2,000.00
Movilidad	1	7,000.00	7,000.00
TOTAL		16,600.00	16,850.00

Nota: Elaboración propia

1.6.7. Método de inversión inicial

Se considera una inversión inicial por la participación de los cuatro socios:

Figura 07. Participación de los socios

SOCIO 1	5,000.00	25%
SOCIO 2	5,000.00	25%
SOCIO 3	5,000.00	25%
SOCIO 4	5,000.00	25%
TOTAL APORTES	20,000.00	

Nota: Elaboración propia

1.6.8. Capital de trabajo

Sin embargo, se proyecta un gasto aproximado de:

TOTAL 30,965.00

1.6.9. Fuentes de financiamiento

Por lo que se considera un préstamo de una entidad bancaria, por el monto:

RESTANTE 10,965.00 (POR PRESTAR)

Figura 08. Financiamiento de la empresa

La empresa adquiere al inicio un préstamo de **S/. 6,850.00** a **5**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	860.36	726.43	575.68	405.99	214.99
Amortización	1,066.33	1,200.26	1,351.01	1,520.70	1,711.70
Cuota	1,926.69	1,926.69	1,926.69	1,926.69	1,926.69

Nota: Elaboración propia

1.6.10. Proyección de flujo de caja

Figura 09. Proyección de flujo de caja

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO - FINANCIERO AÑO 1 - 5						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso ventas		209,664.29	224,078.71	240,884.61	259,455.73	277,249.15
Crédito fiscal		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL INGRESOS	0.00	209,664.29	224,078.71	240,884.61	259,455.73	277,249.15
Inversión	26,850.00					
Compras		108,961.20	117,133.29	125,918.29	135,624.49	144,930.64
Gasto Administ		74,146.75	74,146.75	74,146.75	74,146.75	74,146.75
Dévolución de IGV		6,016.73	7,548.36	8,966.34	10,533.53	12,033.93
Gasto ventas		7,151.64	4,908.89	5,077.93	5,264.70	5,443.77
IR (sin deuda)		1,152.28	3,709.15	5,696.69	7,892.64	9,998.08
TOTAL EGRESOS	26,850.00	197,428.60	207,446.44	219,806.00	233,462.11	246,553.16
FLUJO ECONÓMIC	-26,850.00	12,235.69	16,632.26	21,078.62	25,993.62	30,695.98
Préstamo	6,850.00					
Cuota		1,926.69	1,926.69	1,926.69	1,926.69	1,926.69
Escudo fiscal		1,152.28	214.30	169.82	119.77	63.42
FLUJO FINANCIER	-20,000.00	11,461.28	14,919.87	19,321.75	24,186.70	28,832.72

Nota: Elaboración propia

1.6.11. Análisis de rentabilidad

Figura 10. Análisis de rentabilidad

Evaluación económica	
VA	S/. 66,812.07
Inversión	S/. -26,850.00
VAN =	S/. 39,962.07 > 0
	S/ 34,686.40
TIR =	58% > WACC
B/C =	2.49 > 1
Pay back =	
1	S/. 10,620.37
X	26,850.00
2	S/. 23,151.02
Por interpolación:	
X =	2.30 años
Pay back =	2.00 años
y	16 meses
Pay back es	2 años y 16 meses

Nota: Elaboración propia

1.6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa

Figura 11. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1- 5					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
VENTAS	177,681.60	191,007.72	205,333.30	221,161.07	236,336.49
COSTO DE VENTAS	92,340.00	99,265.50	106,710.41	114,936.01	122,822.57
UTILIDAD BRUTA	85,341.60	91,742.22	98,622.89	106,225.07	113,513.92
GASTOS ADMINIST	75,008.75	75,008.75	75,008.75	75,008.75	75,008.75
GASTOS VENTAS	6,426.82	4,160.08	4,303.33	4,461.61	4,613.36
UTILIDAD OPERATIV	3,906.03	12,573.39	19,310.80	26,754.71	33,891.80
INTERESES	860.36	726.43	575.68	405.99	214.99
UTILIDAD ANTES DE	3,045.67	11,846.96	18,735.13	26,348.72	33,676.81
IMPUESTO RENTA		3,494.85	5,526.86	7,772.87	9,934.66
UTILIDAD NETA	3,045.67	8,352.11	13,208.26	18,575.85	23,742.15

Nota: Elaboración propia

1.8.13. Balance General proyectado de la empresa

Figura 12. Balance general

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS		PASIVO	
Activo corriente		Pasivo corriente	
E.E.E.	10,000.00		
Inventario	400.00		
		Pasivo no corriente	
		Préstamo	6,850.00
Activo no corriente		PATRIMONIO	
Muebles y enseres	6,300.00	Aporte de los socios	20,000.00
Maquinaria y equipo	10,150.00		
TOTAL ACTIVOS	26,850.00	TOTAL PAS. Y PAT.	26,850.00

Fuente: Elaboración propia

1.6.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

Figura 13. Análisis de sensibilidad

	Pesimista	Probable	Optimista		
				VA	S/. 66,812.07
				Inversión	S/. -26,850.00
				VAN =	S/. 39,962.07 > 0
Precio	25	27	29		S/ 34,686.40
Cantidad	540	590	609	TIR =	58% > WACC
Costos	620	756	890		
Inversiones	930	1020	1277	B/C =	2.49 > 1

Fuente: Elaboración propia

Tras ver la población de Ate, se determinó el precio más accesible al mercado, así evitar pérdidas.

Figura 14. Población

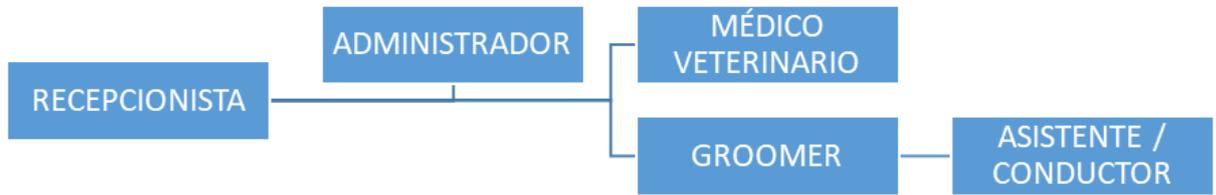
	DATOS DE CENSOS			CALCULO			PROYECCIÓN				
DISTRITOS	2015	2020	2025	DIF - CREC.	PROMEDIO	2021	2021	2022	2023	2024	2025
Santa Clara	50,216	52,039	56,963	4,924	985	53,024	54,009	54,994	55,979	56,964	57,949
	Mercado objetivo (Santa Clara)				54,009						
Personas que acuden a un centro comercial (10%) - Santa Clara					5,401	10%					
Mercado objetivo (10%) - Santa Clara					540	10%					
Mercado objetivo TOTAL					540						

Fuente: Elaboración Propia

DATO OUPUT			
VANE	145,403	177,681.60	203,99
PROBABILIDAD	20%	58%	22%

1.7. Descripción del equipo gerencial de la empresa

Figura 15. Diseño del organigrama



Nota: Elaboración propia

Conclusiones

Luego de haber abordado diferentes aspectos referente al presente plan de negocios, se debe considerar la puesta en marcha, pues la mejora expuesta en la investigación revela una aceptación favorable en sentido de mejora, debemos agradecer en parte a la tendencia creciente de la humanización de las mascotas desde un punto de vista positivo, pues el cuidado y cariño hacia estos pequeños integrantes de la familia ha permitido que negocios como UYWAS, puedan concentrarse en servicios enfocados en la limpieza y salud de los animales que lamentablemente años atrás estuvieron muy dejado de lado.

De la misma manera, a pesar de la pandemia a causa del Covid-19, el crecimiento económico tiene un despegue lento, pero en los segmentos enfocados B y C, en el distrito de Ate, de alguna manera se mantuvieron de tal forma que aún pueden costear este tipo de servicios, cabe señalar que Lima Este también se encuentra en desarrollo económico.

Por lo tanto, el haber planteado el siguiente modelo de negocio, en el distrito de Ate, la parte de Santa Clara, permitirá aprovechar el desarrollo inmobiliario que se está en crecimiento, pues con nuevas viviendas, nuevas familias harán crecer el mercado, teniendo un retorno positivo de la primera inversión de los primeros socios y subsanar el préstamo bancario que se adquirió para la ejecución del presente plan.

Finalmente, en el aspecto financiero nos encontramos con una VAN y TIR positiva, si bien es cierto el retorno de la inversión inicial se prolonga hacia los tres años, esto se ve de manera que el crecimiento pueda generar mayores ingresos luego de este tiempo, pues recordemos que el plan es una mejora con inversión propia y que busca mantenerse en el tiempo.

Referencias:

- Arce, A. (07 de abril de 2017). Viviendas: conoce cómo viven los peruanos y los limeños. Elcomercio.pe. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/viviendas-conoceviven-peruanos-limenes-422609>
- Arias, L. & Portilla de Arias L. & Acevedo C. (2008). Propuesta metodológica para la elaboración de planes de negocios, Scientia Et Technica.
- Azanza, R. (2014). Plan de Empresa para un Spa-Peluquería. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública (2010). Market Report. (julio 2010). Lima: CPI. Recuperado de <http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr201007-01.pdf>
- Flores, M. (2019) "Descripción de puestos", Marco S.A. Efector Consultoría
- Perú 21 (23 de septiembre de 2014). Tienda para mascotas, un negocio que te llevará 'de patitas' al éxito. Peru21.pe. Recuperado de <https://peru21.pe/emprendimiento/tiendamascotas-negocio-lleva-patitas-exito-186876>
- Perú 21 (15 de febrero de 2017). Limeños engríe cada vez más a sus mascotas. Peru21.pe. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/limenes-engrien-vez-mascotas-encuesta-64135>
- Perú 21 (2 de agosto de 2017). ¿Cuánto invierte el peruano en el cuidado de su mascota? Peru21.pe. Recuperado de <https://peru21.pe/vida/invierte-peruano-cuidado-mascota237945>
- Superintendencia nacional de administración tributaria (2019, 19 de febrero). Iniciando mi negocio [Emprender.sunat.gob.pe]. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/quebeneficios-tengo>
- Urbania (2018). Departamentos en Lima. Reporte de mercado [Diapositiva]. Lima: Urbania. Recuperado de <https://s3.amazonaws.com/wp.prod.urbania.pe/indicem2/wpcontent/uploads/2018/11/04163524/INDICE-M2-DEPARTAMENTOS-LIMA-2018-12.pdf>