



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**“Plan de negocios para comercialización de juguetes  
interactivos para mascotas únicas en departamentos de Lima  
metropolitana”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:

**BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Presentado por:

Alexandra Francesca Araujo Ñahuis (0009-0002-4132-4709)

Fidel Uber Gordillo Paredes (0009-0004-7721-6755)

Javier Antonio Morán Hernández (0009-0002-4219-9006)

Lima – Perú

2023

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6****ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO**

Fecha: \_\_12\_\_/\_11\_\_/\_2023

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

MBA José Yallico Madge

En el curso de:

Plan de Negocios

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"Plan de Negocios para la comercialización de juguetes interactivos para mascotas únicas en departamentos de Lima Metropolitana"

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
<b>10008804</b>	Araujo Ñahuis Alexandra Francesca
<b>100047806</b>	Gordillo Paredes Fidel Uber
<b>100084791</b>	Morán Hernández Javier Antonio

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
<b>10008804</b>	Araujo Ñahuis Alexandra Francesca	Aprobado ( 16 )
<b>100047806</b>	Gordillo Paredes Fidel Uber	Aprobado ( 16 )
<b>100084791</b>	Morán Hernández Javier Antonio	Aprobado ( 16 )

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.

---

**MBA JOSE YALLICO MADGE**

**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 INVESTIGACIÓN<sup>1</sup>**

Lima, 11 de noviembre del 2023

**Señor,  
Carlos Zavalaga Reyes**

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

De nuestra consideración,

Yo: Fidel Uber Gordillo Paredes; Araujo Ñahuis Alexandra Francesca; Morán Hernández Javier Antonio, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor de tesis Yallico Madge José Renán, declaramos que este informe final de trabajo de investigación titulado: "Plan de Negocios para comercialización de Juguetes Interactivos para mascotas únicas en departamentos de Lima Metropolitana ", sustentado para obtener el grado de Bachiller 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 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 académicos <sup>2</sup>, 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,



---

**JOSE YALLICO MADGE  
DNI: 07180111**

---

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

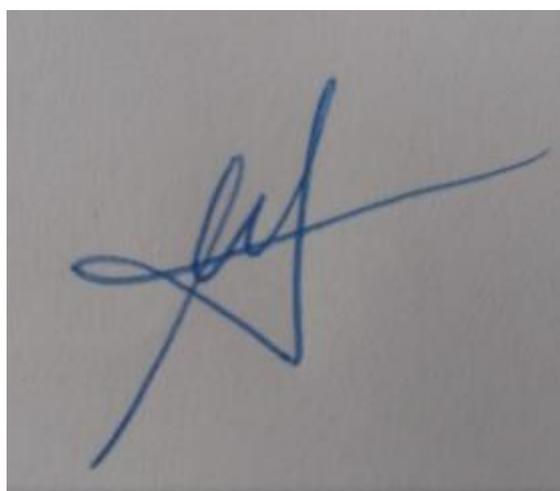
<sup>2</sup> Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Araujo Ñahuis', written in a cursive style on a light-colored background.

---

**Firma**

Araujo Ñahuis Alexandra Francesca  
DNI 48368390

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Gordillo Paredes Fidel Uber', written in a cursive style on a light-colored background.

---

**Firma**

Gordillo Paredes Fidel Uber

DNI 46562470

A handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is highly stylized, featuring a large, vertical, teardrop-shaped loop at the top, followed by several horizontal and diagonal strokes that form the letters of the name.

---

**Firma**

Morán Hernández Javier Antonio  
DNI 21563506

## INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

**Título del documento evaluado.** Plan de negocios para la comercialización de juguetes interactivos para mascotas únicas en departamentos de Lima Metropolitana

**Autores.** Alexandra Francesca Araujo Ñahuis; Fidel Uber Gordillo Paredes; Javier Antonio Moran Hernandez

**Mecanismo de revisión de originalidad.** Evaluación con Turnitin (ID 2369169773).

**Resultado de la evaluación.** 6%

**Revisado por.** Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

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



## ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	9
Introducción	11
CAPITULO I: PLAN ESTRATÉGICO	12
1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO	14
1.1.1 Macroentorno	14
1.1.2. Microentorno	15
1.2 Análisis interno	16
1.2.1 Análisis FODA	17
1.3 VISIÓN	18
1.4 MISIÓN	18
1.5 VALORES	18
CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING Y VENTAS	27
2.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	27
2.1.2 Incrementar el reconocimiento de la marca en el mercado de productos para mascotas en un 30% durante el próximo año.	27
2.1.3 Aumentar las ventas en Online de nuestros juguetes interactivos en un 10% trimestralmente.	27
2.1.4.- Establecer acuerdos de distribución con al menos 10 nuevas tiendas de mascotas en el próximo año.	28
2.3. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	29
2.3.1 Demografía del mercado	30
2.3.2. Segmentación y targeting del mercado	30
2.3.4. Tamaño del mercado	30
2.3.5. Resultado de encuesta y entrevistas de profundidad.	34
2.4 PROPUESTA DE VALOR Y POSICIONAMIENTO.	45
2.4.1. Propuesta de valor	45
2.4.2. Posicionamiento de la marca	47
2.5 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MARKETING	48
2.5.1. Marketing tradicional	48
2.5.1.1 Producto	48
2.5.1.2 Precio	49
2.5.1.3 Plaza	49
2.5.1.4 Promoción	49
2.5.2. Estrategias de Marketing digital	50

2.6	PLAN DE ACCIÓN	52
2.6.1.	Estrategias de ventas	52
2.7	PRESUPUESTO DE MARKETING	54
2.8	SELECCIÓN DE CANALES	55
2.8.1.	Define tu Audiencia Objetivo y su Comportamiento de Compra	55
2.8.2	Establece Objetivos de Marketing y Ventas para Pet Toy	55
2.8.3.	Evalúa tus Recursos y Presupuesto	56
2.8.4	Selección de Canales de Marketing y Estrategias	56
2.8.5	Medición, Análisis y Evaluación Continua	56
2.9	CREACIÓN DE CONTENIDOS	57
2.9.1	Comprende a tu Audiencia y Establece Objetivos de Contenido	57
2.9.2	Genera Ideas de Contenido y Crea un Calendario de Contenido para "Pet Toy"	57
2.9.4	Promoción, Interacción y Distribución	60
2.9.5	Participación Activa y Comunidad	60
2.9.6	Medición, Evaluación y Ajustes Continuos	60
2.10.	IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MARKETING Y VENTAS PARA "PET TOY"	61
2.11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES PARA UNA EMPRESA COMERCIAL		63
3.1	DEFINICIÓN DE OBJETIVOS PRINCIPALES:	63
3.4	GESTIÓN DE INVENTARIO	69
3.5	PLATAFORMA ECOMMERCE	70
3.6	LOGÍSTICA Y ENVÍO	71
3.7	EQUIPO Y CAPACITACIÓN	74
3.7.1.	Selección del Equipo de Atención al Cliente y Ventas	74
3.7.2.	Capacitación Personalizada	74
3.7.3.	Enfoque en la experiencia del cliente	75
3.7.4.	Conexión con la misión de "PET TOY"	75
3.8	TECNOLOGÍA Y SISTEMAS DE PUNTO DE VENTA (POS)	75
3.8.1.	Sistemas de punto de venta avanzados	75
3.8.2.	Gestión de inventario en tiempo real	76
3.8.3.	Gestión de Clientes (CRM)	76
3.9	EVALUACIÓN DE RENDIMIENTO Y KPIS	76
3.10.	PLAN DE CONTINGENCIA	77
3.10.1.	EVALUACIÓN DE RIESGOS	77
3.10.2.	Planificación y Recursos	77

3.10.3. Comunicación y Coordinación	77
3.10.4. Responda a Una Crisis	78
3.10.5. Continuidad De Operaciones	78
3.10.6. Evaluación Post Crisis	78
3.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
CAPÍTULO IV: PLAN DE RRHH	79
4.1. ANÁLISIS EXTERNO	79
4.2. ANÁLISIS INTERNO	80
4.3. MISIÓN	81
4.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	81
4.5. DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	82
4.6. DEFINICIÓN DE LOS PERFILES PROFESIONALES	83
4.8. Desarrollo de una política de compensaciones y beneficios	91
4.8.1. Definición de estructura salarial	92
4.9. DESARROLLO DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	93
4.9.1. Programas de capacitaciones	93
4.9.2. Desarrollo de un plan de retención del talento	94
4.10. INDICADORES Y SEGUIMIENTO	95
4.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
CAPÍTULO V: PLAN DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN	97
5.1. RESUMEN EJECUTIVO DE TIC	97
5.2 INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA	99
5.2.1 Descripción de la empresa	99
5.2.2. Misión y Visión	99
5.2.3. Objetivos del negocio	99
5.3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y EL MERCADO	100
5.3.1. Tendencias en la industria de comercio electrónico de productos para mascotas	101
5.3.2. Análisis de la competencia en línea	101
5.3.3. Perfil del cliente objetivo	103
5.4. ESTRATEGIA DE TIC	103
5.4.1. Objetivos de tic alineados con los objetivos comerciales	103
5.4.2. Estrategia de desarrollo web	104
5.4.3. Estrategia de marketing digital	105
5.4.5. Estrategia de gestión de datos y seguridad	105
5.5. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	106
5.5.1. Requisitos de Hardware y Software	106

5.5.2. Selección De Plataformas y Herramientas	107
5.5.3. Alojamiento Web y Servidores	109
5.5.4. Integración De Sistemas	109
5.6. DESARROLLO DEL SITIO WEB	110
5.6.1 Diseño y Desarrollo del Sitio Web	110
5.6.2. Experiencia del Usuario (UX)	111
5.6.3. Funcionalidades Del Sitio	112
5.6.4. Optimización Para Dispositivos Móviles	112
5.7. MARKETING DIGITAL Y ESTRATEGIA ONLINE	113
5.7.1 Estrategia de Marketing en Redes Sociales	113
5.7.2 Publicidad en Línea (google ads, facebook ads)	114
5.7.3 SEO (optimización de motores de búsqueda)	115
5.7.4 Estrategia de Contenido	116
5.8. GESTIÓN DE DATOS Y SEGURIDAD	116
5.8.1 Almacenamiento y Gestión de Datos de Clientes y Productos	117
5.8.2 Política de Privacidad y Cumplimiento Normativo	117
5.8.3 Protección Contra Amenazas Cibernéticas	118
5.8.4 Copias de Seguridad y Recuperación de Datos	118
5.9. PRESUPUESTO DE TIC	119
5.9.1 Estimación de Costos Iniciales	119
5.9.2 Presupuesto de Mantenimiento y Actualización	121
5.9.3 Retorno de Inversión (ROI) Esperado	121
5.10. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN	122
5.10.1 Planificación de Fases de Implementación	123
5.10.2 Fechas Clave y Hitos	124
5.11. EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DE RESULTADOS	124
5.11.1 Indicadores Clave de Rendimiento (KPI) para TIC	125
5.11.2 Seguimiento y Análisis de Datos	126
5.11.3 Ajustes y Mejoras Continuas	127
5.12. Riesgos y Mitigaciones	127
5. 12.1 Identificación de Riesgos Potenciales de TIC	128
5.12.2 Estrategias de Mitigación	129
5.13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
CAPITULO VI: PLAN LEGAL	131
CAPÍTULO VII: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	141
7.1 MISIÓN	141

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	141
7.3 PRESUPUESTO DE VENTAS	142
7.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS	143
7.5 PRESUPUESTO DE EGRESOS	143
7.6 INVERSIONES	147
7.8 PUNTO DE EQUILIBRIO	151
7.9 FLUJO ECONÓMICO Y FINANCIERO PROYECTADO	152
7.11 REFERENCIAS	154

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1	84
Tabla 2	92
Tabla 3	93
Tabla 4	93
Tabla 5: Presupuesto de ventas	143
Tabla 6: Presupuesto de ingresos	144
Tabla 7: Presupuesto área de administración	145
Tabla 8: Presupuesto área comercial	146
Tabla 9: Presupuesto área de operaciones	147
Tabla 10: Presupuesto de egresos	148
Tabla 11: Inversión en activos fijos	149
Tabla 12: Presupuesto de depreciación	150
Tabla 13: Presupuesto de amortización	150
Tabla 14: Inversión en capital de trabajo	151
Tabla 15: Punto de equilibrio	152
Tabla 16: Flujo económico y financiero	153

**INDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Mapa de la Empatía	12
Figura 2: Propuesta de Valor	12
Figura 3: Plan de Atención al Cliente	13
Figura 4: Imagen de Referencia de la Matriz de Ansoff	20
Figura 5: Matriz MCP	22
Figura 6: Reloj estratégico de Bowman	23
Figura 7	30
Figura 8	30
Figura 9	34
Figura 10	68
Figura 11	70
Figura 12: Editado para una Referencia de nuestra Plataforma Pet Toy	70
Figura 13: Editado para una Referencia de nuestro diseños en Pet Toy	71
Figura 14	74
Figura 15	82
Figura 16: Referencia del Plan para Sistema de gestión de inventario	108
Figura 17: Referencia Comunicación y Colaboración del Correo Electrónico	108
Figura 18: Referencia de nuestro Sitio Web (versión para computadoras)	111
Figura 19: Referencia On-Page y Off-Page para Nuestra Marca	115

## **Resumen Ejecutivo**

Pet Toy, una empresa de comercio electrónico que vende juguetes interactivos para perros rellenos de alimentos, se prepara para entrar en el mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades de entretenimiento y nutrición de nuestras mascotas. Como nuestra empresa es nueva en el mercado, hay emocionantes oportunidades para crecer e innovar.

Pet Toy mejora la vida de los perros, manteniéndolos activos y mentalmente estimulados. Nuestros productos fortalecen las relaciones entre las mascotas y sus dueños, ayudan a sus mascotas a llevar un estilo de vida saludable.

A través de un análisis de mercado, un análisis FODA y un mapa de empatía, hemos identificado fortalezas y oportunidades. La satisfacción del cliente, el aumento de la base de usuarios y la consolidación de nuestra presencia en línea son nuestros objetivos principales.

Hemos creado estrategias de marketing tradicionales y digitales para diferenciarnos y aumentar la conciencia de nuestra marca. La entrega eficiente de nuestros productos y la satisfacción del cliente son garantizadas por nuestra estrategia operativa. Para nosotros, la gestión del talento humano es fundamental, y hemos desarrollado un plan para atraer y retener a los mejores profesionales.

A través de la tecnología, hemos protegido los datos de nuestros clientes y cumplido con todos los requisitos legales.

En el ámbito financiero, disponemos de un presupuesto sólido y una estrategia enfocada en el desarrollo y la rentabilidad a largo plazo.

Este plan de negocios, respaldado por un análisis exhaustivo del mercado centrado en garantizar una operación económica estable, es una guía confiable. Estamos ansiosos por ofrecer productos de alta calidad a nuestras queridas mascotas y nos emociona el potencial que tiene este mercado.

## **Introducción**

PET TOY comercializadora de productos innovadores y juguetes didácticos para perros, la principal fuente de ingresos es el comercio electrónico de nuestros productos mediante los medios digitales, el cual genera una alta rentabilidad.

Fundada con la pasión por mejorar la calidad de vida de nuestras mascotas, PET TOY se ha convertido en un referente en la industria de productos para perros.

La principal fuente de ingresos proviene del comercio electrónico a través de medios digitales, lo que nos ha permitido llegar a amantes de los perros en todo el mundo y ofrecerles productos de alta calidad a precios competitivos. Esto ha resultado en una alta rentabilidad que invertimos constantemente en la creación de nuevos productos.

Por sus productos innovadores, PET TOY se destaca en el mercado. Comercializan juguetes didácticos que no solo entretienen a los perros, sino que también les ayudan a desarrollar su mente y mejorar su salud física y mental. Nuestros productos, que van desde rompecabezas interactivos hasta pelotas de ejercicio inteligentes, están diseñados para mejorar la vida de los perros y fortalecer la conexión entre ellos y sus dueños.

En PET TOY, están dedicados a la calidad y la seguridad, y cada producto se somete a pruebas rigurosas para garantizar que cumpla con altos estándares.

Además, nos enorgullece la responsabilidad ambiental y utilizamos materiales respetuosos con el medio ambiente en la comercialización de los productos siempre que sea posible.

La misión es potenciar la alegría y el bienestar de tus mascotas en el entorno familiar, porque amamos tanto a tus animales, como a tu.

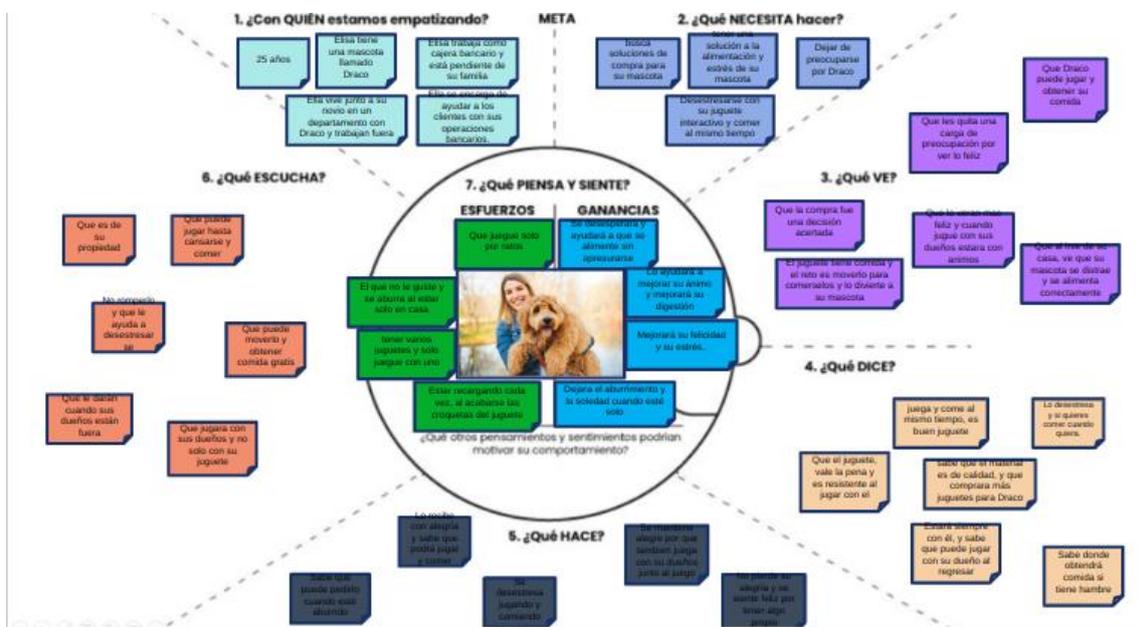
## CAPITULO I: PLAN ESTRATÉGICO

La propuesta de negocio de Pet Toy:

Los juguetes interactivos para perros con alimento incorporado son una solución innovadora que combina la diversión y la nutrición para la empresa Pet Toy. Nuestro objetivo es proporcionar productos de alta calidad que respalden la salud y el bienestar de las mascotas y al mismo tiempo permitan a los dueños disfrutar de tiempo de calidad con sus leales compañeros.

Para lograrlo, nos concentramos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes y aumentar nuestra presencia en línea. Para comprender mejor las necesidades y deseos de nuestros clientes, hemos creado un Mapa de Empatía específico que nos permite crear soluciones que se adapten a sus preferencias y brinden una experiencia gratificante.

Figura 1: Mapa de la Empatía

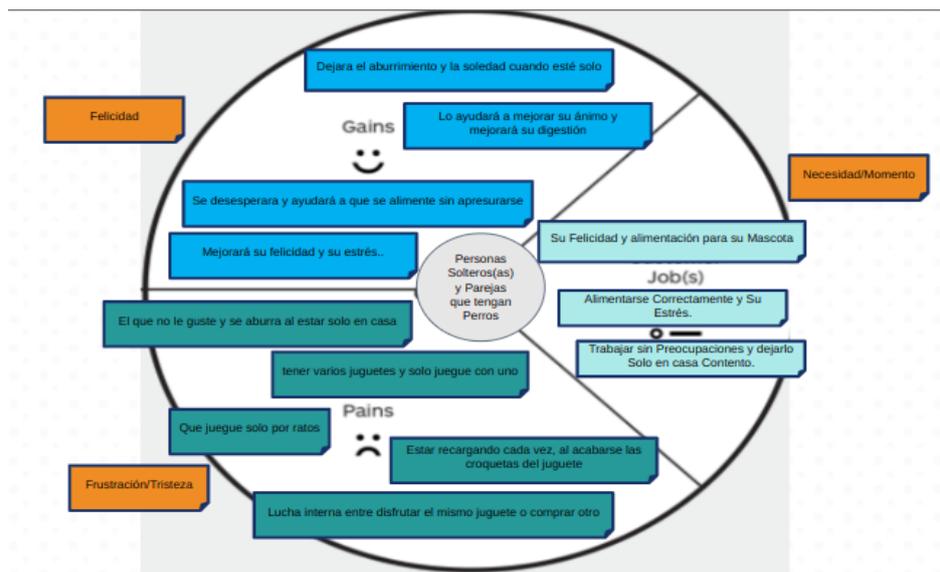


Fuente: Elaboración propia

Basándonos en una profunda comprensión de las necesidades y expectativas de nuestros posibles clientes, hemos diseñado una propuesta de valor sólida para Pet Toy. Este

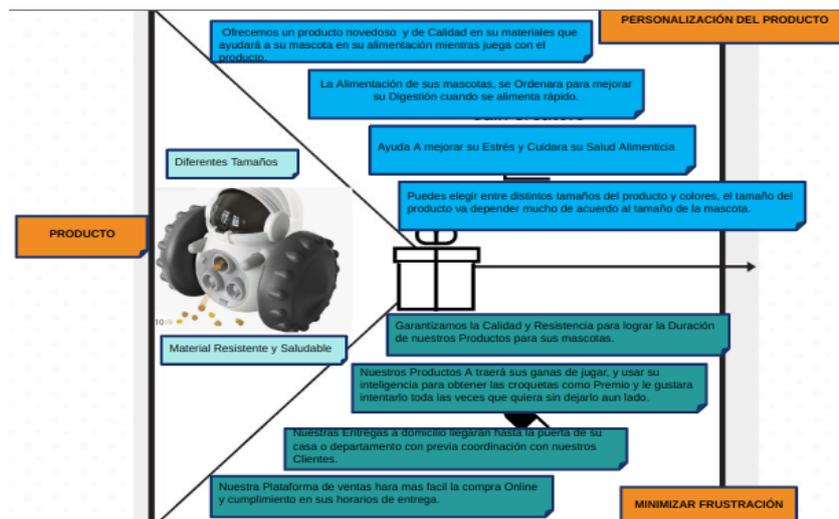
enfoque nos ha permitido identificar las fuentes potenciales de satisfacción y frustración que los amantes de los perros podrían experimentar al elegir juguetes interactivos con alimentación para sus perros. Como se muestra en las siguientes imágenes, hemos creado características y servicios que abordan directamente esos aspectos al tomar en cuenta sus emociones, inquietudes y deseos.

Figura 2: Propuesta de Valor



**Producto:**

Figura 3: Plan de Atención al Cliente



Fuente: Elaboración propia

## 1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 1.1.1 Macroentorno

Es el análisis de una gama de factores externos que podrían tener un impacto en la industria en el futuro. A continuación se ofrece una breve explicación de cómo se aplicará el análisis PESTEL a nuestro proyecto de negocio de venta de juguetes interactivos, el macroentorno de nuestra empresa de juguetes interactivos para perros implica tener en cuenta una amplia vista puesta en el futuro:

#### 1. Político:

- Cambios de las leyes que rigen los productos para mascotas.
- Cambios de políticas de exportación e importación que puedan tener un impacto en la cadena de suministro .
- Leyes de bienestar que puedan tener un impacto en la producción y venta de juguetes para perros.

#### 2. Económico:

- Las tendencias económicas futuras como la inflación, las tasas de interés y el crecimiento económico son algunos ejemplos.
- Cambios en los hábitos de gasto de los consumidores, particularmente durante crisis o recesiones económicas.
- La producción puede variar dependiendo de los cambios en los precios de la energía y las materias primas.

#### 3. Social:

- Las preferencias de los consumidores han cambiado con respecto a los juguetes para perros , como aquellos que promueven la salud o son amigables con el medio ambiente
- Tendencias, como el aumento de la tenencia de mascotas en algunos grupos de edad. - Preocupaciones sobre el bienestar animal y los bienes producidos éticamente.
- El aumento del número de propietarios de mascotas en algunos grupos de edad es un ejemplo de tendencias demográficas .

-Preocupaciones en torno al bienestar animal y los productos éticos.

#### **4. Tecnológico:**

-Avances en tecnología que pueden tener un impacto en la creación y diseño de juguetes interactivos para perros.

-Tendencias en comercio electrónico y marketing digital que impactan en las estrategias de ventas.

-Innovaciones en la fabricación que pueden ahorrar costes o mejorar la calidad del producto.

#### **5. Ambiental:**

-Normas que pueden tener un impacto en la producción y distribución de productos para mascotas .

-Creación de amigable con el medio ambiente juguetes respetuosos y sostenibles

-El cambio climático puede tener un impacto en el mercado de determinados tipos de juguetes para perros.

#### **6. Legal:**

-Modificaciones a las leyes de propiedad intelectual que pueden tener un impacto en la protección del diseño del juguete.

-Normas de seguridad y calidad del producto seguridad y calidad que deben cumplirse.

### **1.1.2. Microentorno**

#### **1.2 Análisis interno**

Debido a su enfoque en la innovación, la calidad y la lealtad del cliente, PET TOY en general ha podido posicionarse favorablemente en la industria de productos para mascotas.

Para mantener su posición en un entorno competitivo que cambia constantemente, debe continuar monitoreando de cerca la competencia y tendencias del mercado.

**1.- Rivalidad entre competidores existentes:**

- Existe una feroz competencia en el mercado de productos para mascotas, ya que muchas empresas ofrecen productos relacionados. Sin embargo, PET TOY destaca por su enfoque en la innovación y la calidad, lo que le permite mantener una ventaja competitiva.

**2.- Poder de negociación de los proveedores:**

- PET TOY colabora con una red de proveedores, debido a su volumen de compras y relaciones a largo plazo, tienen cierto poder de negociación con los proveedores ya que así aseguran precios competitivos.

**3.- Poder de negociación de los compradores:**

Los clientes tienen acceso a una amplia variedad de productos para mascotas en línea, productos que se expanden en línea, lo que amplía su gama de opciones.

**4.- Amenaza de productos o servicios sustitutos:**

Existe una pequeña amenaza de productos sustitutos directos de los juguetes para mascotas porque sus juegos y productos innovadores no son los únicos de su tipo, sin embargo, siempre existe siempre la posibilidad de que los sustitutos sean productos genéricos inferiores.

**5.- Amenaza de nuevos participantes:**

-La barrera de entrada es bastante alta en el comercio electrónico, lo que significa que existe una amenaza constante de nuevos competidores en línea.

**1.2.1 Análisis FODA****• Fortalezas:**

**-Flexibilidad y adaptabilidad:** Como nueva empresa tenemos la capacidad de adaptarnos rápidamente a las tendencias actuales, adaptarnos al cambio. Podemos

modificar el catálogo de productos y estrategias comerciales en respuesta a la demanda del mercado.

**-Concentración en Internet:** Como empresa en línea , podemos llegar a una audiencia mundial geográficamente restringida. Esto da un amplio potencial de mercado y la oportunidad de crecer internacionalmente

**-Costos :** Nuestros costos operativos son menores que los de las tiendas físicas , lo que nos permite ofrecer precios competitivos y márgenes de ganancia atractivos .

**-Interacción directa con el cliente :** Podemos establecer relaciones cercanas con los clientes a través de las redes sociales , el correo electrónico y otros canales.

• **Debilidades:**

**-Falta de reconocimiento :** Como nuevo negocio, es posible que los clientes desconocen su marca y no confíen en sus productos.

**-Competencia feroz :** El mercado en línea es frecuentemente bastante competitivo y puede competir con empresas establecidas que tienen recursos financieros y de marketing más sólidos .

**-Problemas logísticos.** La reputación de la empresa puede verse afectada como resultado de retrasos en la entrega o problemas con la calidad del producto.

**-Dependencia de proveedores:** Los proveedores externos pueden enfrentar dificultades, si hay problemas con el suministro,, cambios de precios o problemas con la calidad

• **Oportunidades:** Identificar tendencias de mercado y oportunidades de crecimiento, como asociaciones con tiendas de mascotas o lanzamientos en mercados internacionales.

- **Amenazas:** Evaluar posibles obstáculos, como la competencia intensa o cambios en las regulaciones.

### 1.3 VISIÓN

Ser reconocida como la empresa líder en fabricación de juguetes interactivos , con la confianza de nuestros clientes.

### 1.4 MISIÓN

Potenciar la alegría y el bienestar de tus mascotas en el entorno familiar, porque amamos tanto a tus animales, como a tu.

### 1.5 VALORES

-**Innovación** : Buscamos continuamente mirar nuevas formas de divertir y estimular a los animales, creando juegos atractivos, emocionantes y encuentren nuevas formas de distracción.

-**Compromiso con el bienestar animal:** Nos preocupamos profundamente por la salud y la felicidad de las mascotas y diseñamos nuestros productos teniendo en cuenta su seguridad y bienestar.

-**Calidad:** Fabricamos juguetes duraderos y de primera calidad que brindan una experiencia de juego duradera.

-**Responsabilidad ambiental y social:** Nos esforzamos por disminuir nuestro impacto ambiental.

Además, apoyamos causas relacionadas con el bienestar animal.

-**Ética:** Operamos con los más altos estándares éticos en todas nuestras prácticas comerciales, desde la producción hasta el marketing y las ventas.

-**Diversificación y entretenimiento:** Creemos que es importante proporcionar juegos que animan y alimentan.

### Objetivos

Analizaremos los objetivos de nuestra empresa y cómo utilizamos los KPI para medir nuestro desempeño y lograr el éxito.

**Objetivo Estratégico 1:** Crecer Nuestra Presencia en el mercado

OKR: Crecer en ventas y alianzas estratégicas e incrementar nuestra presencia en el mercado de juegos interactivos para perros que consumen alimento.

- KR1: Incrementar las ventas trimestrales ventas
- KR2: Establecer acuerdos de distribución con al menos
- KR3: Formar alianzas estratégicas con al menos dos empresas líderes en la industria de mascotas para el siguiente trimestre.

KPI:

- Porcentaje de la Tasa de Crecimiento (SGR) .
- Presencia en el mercado.
- Número de Nuevos Distribuidores y Alianzas Estratégicas.

**Objetivo Estratégico 2:** Aumentar la satisfacción y retención del cliente.

- OKR: Mejorar la satisfacción y retención del cliente a través de un servicio al cliente excepcional y productos de alta calidad .
  - KR1: Lograr una calificación mínima de satisfacción del cliente de 4,5 sobre 5 en escala mediante el uso de encuestas de productos trimestrales .
  - KR2: Incrementar la retención de clientes en un 20% en el próximo año.
  - KR3: Solucionar en 24 horas un 95% de las quejas de los clientes.
- KPI:
  - Satisfacción de Clientes.
  - Retención de Clientes.
  - Resolución de Problemas.

**Objetivo Estratégico 3:** Innovación en Productos y Desarrollo de La Marca.

- OKR: Promover la innovación de productos y aumentar el reconocimiento de la marca.
  - KR1: Lanzar cinco nuevos productos en el próximo año.

- KR2: Garantizar que las ventas de nuevos productos en el próximo trimestre representan el 10% de nuestras ventas totales.
- KR3: aumentar el reconocimiento de marca en un 25% en las encuestas de mercado que se realizará el próximo semestre.
  - Nuevos Productos.
  - Ingresos por Productos Nuevos
  - Reconocimiento de La Marca.

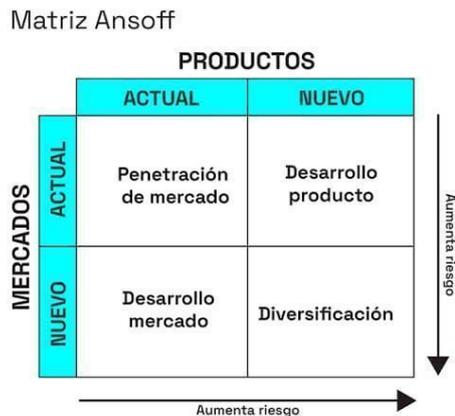
### **Estrategias**

La estrategia de negocio se basará en implementar herramientas claves que son esenciales para el crecimiento y expansión de nuestra empresa en un entorno donde la aceptación de los accesorios para mascotas por parte de los consumidores es cada vez mayor y el mercado peruano exhibe un aumento sostenido en las ventas .en tres herramientas estratégicas esenciales : la matriz de Ansoff ,matriz BCG , y la Herramienta del Reloj estratégico de Bowman .Matriz de Ansoff; Utilizamos esta herramienta para identificar oportunidades de crecimiento , ya sea que impliquen expandirse a nuevos mercados o ingresar al mercado actual con productos. Esto nos permitirá evaluar cómo podríamos diversificar y ampliar nuestra selección de bienes y servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. Matriz de Crecimiento-Participación (BCG): Nos ayudará a categorizar nuestros productos según su participación en el mercado y sus tasas de crecimiento, también nos permiten tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos y la gestión de nuestra cartera de productos. Reloj Estratégico de Bowman: Esta herramienta nos ayudará a definir nuestra posición competitiva en el mercado y elegir la mejor estrategia. Para determinar cómo podemos diferenciarnos de la competencia y lograr una posición estable, le permitiremos evaluar factores como el precio, valor percibido por el cliente y calidad.

**Matriz de ANSOFF – Estrategias de crecimiento**

La Matriz de Ansoff será una herramienta estratégica que ayudará a nuestro negocio a identificar y evaluar estrategias de crecimiento. Será una guía útil para mi empresa, que venderá juguetes interactivos que alimentan a perros, también en el desarrollo de estrategias de crecimiento exitosas, también describiremos los principales cuadrantes de la matriz de Ansoff.

Figura 4: Imagen de Referencia de la Matriz de Ansoff



Fuente: <https://staminamarketing.com/blog/matriz-ansoff-que-es-estrategias-ejemplos/>

La matriz de Ansoff tiene cuatro cuadrantes principales y estas son:

- **Penetración en el Mercado (Venta de Productos y Mercados Actuales):** La estrategia implica elevar las ventas de nuestros productos y Mercado Actual. Para atraer más clientes, podemos lograr crecer nuestra presencia en el mercado, aumentando la frecuencia de compras. Esta estrategia nos ayudará a fortalecer nuestra posición en el mercado peruano de accesorios para mascotas.
- **Desarrollo de Mercado (Venta de Nuestros Productos Actuales en Nuevos Mercados):** En esta sección, nuestra empresa puede explorar expandirse a nuevos mercados geográficos en Perú o incluso pensar en exportar a otras naciones. Presentamos nuestros productos actuales a nuevos grupos de clientes. Deberemos

realizar una investigación de mercado para comprender las preferencias y requisitos de estos nuevos mercados.

- **Desarrollo de Productos (Nuevos productos en mercados actuales):** Lanzar nuevos productos para nuestros clientes actuales. Esto nos dará más opciones de oferta y brindará más valor a nuestros clientes leales, creando nuevas fuentes de ingresos en el mercado actual.
- **Diversificación:** En este contexto, nuestra empresa estudiaría la posibilidad de ofrecer nuevos productos relacionados con juguetes interactivos para mascotas, además de productos para perros , como juguetes para gatos u otras mascotas populares . Sería posible pensar en expandirse a mercados internacionales fuera de Perú, asimismo están dirigidos a dueños de mascotas en países de habla hispana.

La Matriz de Ansoff proporciona un marco útil como formular estrategias de crecimiento para los juguetes interactivos de nuestra empresa que alimentan con comida para perros .Nos ayuda en la consideración sistemática de las diversas estrategias de expansión empresarial . Para tomar decisiones, es necesario evaluar cuidadosamente cada uno de los cuadrantes de nuestros recursos y objetivos. La elección de la estrategia correcta podría impulsar el éxito continuo de nuestra empresa en el mercado de accesorios para mascotas en Perú y en otros lugares.

### **Matriz Crecimiento-Participación (BCG)**

La matriz de crecimiento-participación, es una herramienta estratégica que nos ayudará a evaluar y gestionar nuestra línea de productos en nuestra empresa de juguetes interactivos que suministra comida para perros. Los productos se dividen en función de dos factores

clave: la tasa de crecimiento del mercado y su participación en él. Los productos se dividen en cuatro categorías principales: Estrella, Vaca , Interrogante y Perro.

Figura 5: Matriz MCP



Fuente: <https://forocapitalpymes.com/invertir-o-retirarse-del-mercado-matriz-de-boston-consulting-group/>

Nuestra empresa se dedica a crear juguetes interactivos que incluyen comida para perros ,y se incluye en la categoría "Interrogante" de la matriz BCG .

Operamos en un mercado que se está expandiendo rápidamente debido a la creciente demanda de productos para mascotas en Perú y otros lugares, pero debido a su reciente ingreso al mercado, aún no ha establecido una presencia fuerte en el mercado. Nuestra empresa tiene un potencial significativo para crecer en esta categoría del mercado en expansión.

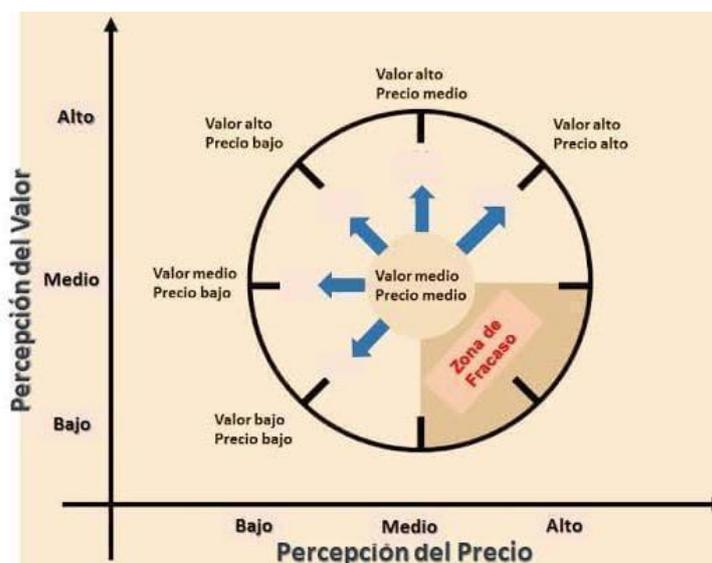
Tenemos que Invertir en investigación y desarrollo de nuestros productos, establecer canales de distribución efectivos para llegar a nuevos mercados y utilizar estrategias de marketing enfocadas en aumentar el conocimiento de nuestros consumidores y la adopción de los productos que ofrecemos en mercados en crecimiento para implementar la estrategia "Interrogante" en nuestra empresa, la venta de juguetes interactivos con la

utilidad de las croquetas para perros. La estrategia tiene como objetivo aprovechar la creciente demanda del mercado de productos para mascotas y fortalecer la posición de nuestra empresa dentro del sector.

### Reloj Estratégico de Bowman

El Reloj Estratégico de Bowman nos ayudará a determinar las mejores estrategias comerciales para nuestra empresa que vende juguetes interactivos que almacenan croquetas para perros, asegurándonos de ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos.

Figura 6: Reloj estratégico de Bowman



Fuente: <https://es.linkedin.com/pulse/estrategia-competitiva-en-el-mercado-reloj-de-cliff-bowman-pareja>

Indicado por su ubicación en el geográfico en dirección "Norte". Como "Norte" en un mapa denota una dirección ascendente, nuestra empresa se esfuerza por crecer y destacarse en su nicho de mercado a través de la diferenciación y la calidad de nuestros productos.

Proporcionaremos productos únicos y de alta calidad en nuestro nicho de mercado, mantenernos como marca sólida, utilizando estrategias de marketing especializadas y

asegurarnos de tener un equipo capaz si deseamos continuar con la estrategia de diferenciación enfocada (dirección "Norte" en el Reloj Estratégico de Bowman) . nos ayudará a sobresalir particularmente en nuestro segmento de ventas de accesorios para mascotas.

Este enfoque estratégico permitirá a nuestra empresa destacarse en su nicho y brindar un valor excepcional a nuestros clientes, lo que a su vez fomenta la lealtad y la satisfacción. Como resultado, se prevé que nuestras ventas serán estables y que la empresa mantendrá una fuerte Posición competitiva en el mercado de accesorios para mascotas en Perú y más allá.

#### **Análisis CAME (FODA cruzado)**

##### **Corregir (Corregir debilidades internas):**

Identificación de Áreas Potenciales: Reconocer Áreas Potenciales de Mejora Interna de la Empresa.

Estrategia de acción correctiva: poner en práctica medidas que incluyan optimización de procesos, capacitación adicional del equipo de ventas y resolución de problemas relacionados con la calidad.

##### **Afrontar (Enfrentar amenazas externas):**

Enfrentar competencias: amenazas que puedan perjudicar a la empresa.

Estrategia de Afrontamiento: Donde desarrollaremos Estrategias para mantener la posición en el mercado frente a la competencia y otros factores externos.

##### **Mantener (Mantener fortalezas internas):**

Preservación de Fortalezas: Reconocemos áreas internas donde la empresa ya es fuerte y nos esforzamos para mantenernos.

Estrategia para Mantener: Mantenernos con altos estándares de calidad nuestros productos y fomentar excelentes relaciones con los nuestros clientes actuales .

**Explotar (Explotar oportunidades externas):**

Aprovechamiento de Oportunidades: Buscar y aprovechar oportunidades externas que puedan darnos oportunidades externas nuestra empresa que podría beneficiar a la empresa.

Estrategia de Explotación: Amplía su presencia en el mercado y desarrolla nuevos productos para aprovechar las oportunidades identificadas.

Finalmente, La Matriz de Ansoff, la Matriz de Participación en el Crecimiento (BCG), el Reloj Estratégico de Bowman y el Análisis CAME, son herramientas estratégicas clave en el área de especialización de nuestra empresa, que son los juguetes interactivos para perros con abastecimiento de alimentos. La posición en el mercado está determinada por su reloj Bowman, y el análisis CAME analiza sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Las herramientas le brindan la capacidad de tomar decisiones informadas y mantener su ventaja competitiva en el mercado de accesorios para mascotas en Perú y en todas partes.

## **CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING Y VENTAS**

### **2.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing tiene como objetivo principal posicionar nuestro producto en el mercado local, Lima - Perú, para luego lograr un crecimiento rentable con las ventas. Para alcanzarlo se plantean los siguientes objetivos:

#### **2.1.2 Incrementar el reconocimiento de la marca en el mercado de productos para mascotas en un 30% durante el próximo año.**

-Específico: El objetivo se centra en aumentar el reconocimiento de la marca de manera ponderable.

-Medible: Se establece un porcentaje específico en lo que permite medir el avance hacia el objetivo.

-Alcanzable: El objetivo es realista y alcanzable dentro de un período de 12 meses, considerando el mercado objetivo y las competencias existentes.

-Relevante: El reconocimiento del producto es relevante para el éxito y la rentabilidad del negocio.

- Temporal: El objetivo tiene un marco temporal de 12 meses.

#### **2.1.3 Aumentar las ventas en Online de nuestros juguetes interactivos en un 10% trimestralmente.**

-Específico: El objetivo se centra en incrementar las ventas online en 10% cada 3 meses.

-Medible: Se puede medir el avance y aumento de las ventas mediante los pedidos, balances y flujo de caja.

-Alcanzable: El objetivo es alcanzable en un plazo de 3 meses, considerando las estrategias de impulso y promoción del producto.

-Relevante: El aumento de ventas es vital para sostener el producto y la empresa en constante liderato dentro del mercado.

-Temporal: El objetivo tiene un plazo definido de 12 meses para lograr el incremento deseado.

#### **2.1.4.- Establecer acuerdos de distribución con al menos 10 nuevas tiendas de mascotas en el próximo año.**

-Específico: El objetivo se basa en colocar nuestro producto en más puntos de venta para que así nos vayan conociendo.

- Medible: Se establece una cantidad específica de tiendas o nuevos puntos de venta para su cumplimiento.

-Alcanzable: El objetivo es alcanzable y realista en un plazo corto de 12 meses, teniendo en cuenta las estrategias de posicionamiento y distribución.

-Relevante: Aumenta la distribución y eleva las probabilidades de venta del producto el cual genera rentabilidad a la empresa.

-Temporal: El objetivo es lograr el aumento previsto de nuevos puntos de venta dentro del plazo especificado de 12 meses.

### 2.3. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Para diseñar estrategias de marketing eficaces y centrar tus esfuerzos en el público adecuado, es fundamental comprender nuestro mercado objetivo. Algunas categorías de clientes potenciales en las que pensar:

- Propietarios de perros dedicados al adiestramiento de sus mascotas:
  
- Personas que valoran la estimulación cerebral de las mascotas y están interesadas en dársela a sus perros.
  
- Propietarios de perros ocupados: Aquellos que tienen horarios ocupados y desean soluciones que ayuden a mantener a sus perros entretenidos y alimentados mientras están fuera de casa.
  
- Amantes de la tecnología:
  
- Personas que disfrutan de productos tecnológicos y están dispuestas a invertir en dispositivos interactivos para sus mascotas.
  
- Propietarios de perros con problemas de ansiedad por separación:
  - Dueños de perros que buscan maneras de reducir la ansiedad de sus mascotas cuando están solas en casa.
  
- Propietarios de perros de diferentes tamaños y edades:
  
- Tu mercado puede incluir tanto dueños de perros pequeños como grandes, así como cachorros y perros adultos.

### 2.3.1 Demografía del mercado

Propietarios de perros de las edades, con enfoque en adultos jóvenes ya que suelen ser más activos y responsables en la adquisición de nuevos productos para sus mascotas, ambos géneros, sin restricción si son casados o solteros, personas con secundaria mínima completa por la responsabilidad consciente del cuidado de mascotas y pertenecientes a los sectores A, B y C.

### 2.3.2. Segmentación y targeting del mercado

**a) Segmentación demográfica:** Se enfocará en personas de 18 a 55 años, debido a su mayor disposición a adoptar nuevas tecnologías y su vínculo emocional con las mascotas.

**b) Segmentación geográfica:** El enfoque se centrará en Lima, la ciudad con la mayor concentración de dueños de mascotas y oportunidades de crecimiento.

**c) Segmentación socioeconómica:** Se dirigirá a los niveles socioeconómicos A y B ya que tienen la capacidad económica para invertir en productos de calidad y bienestar para sus mascotas.

**d) Segmentación psicográfica:** Se dirigirá a los dueños de mascotas que son amantes de los animales, están comprometidos con su bienestar y desean mantenerse conectados con ellos en todo momento.

### 2.3.4. Tamaño del mercado

Determinar el tamaño del mercado es un paso crucial para evaluar la viabilidad de un producto o servicio y para planificar estrategias de marketing.

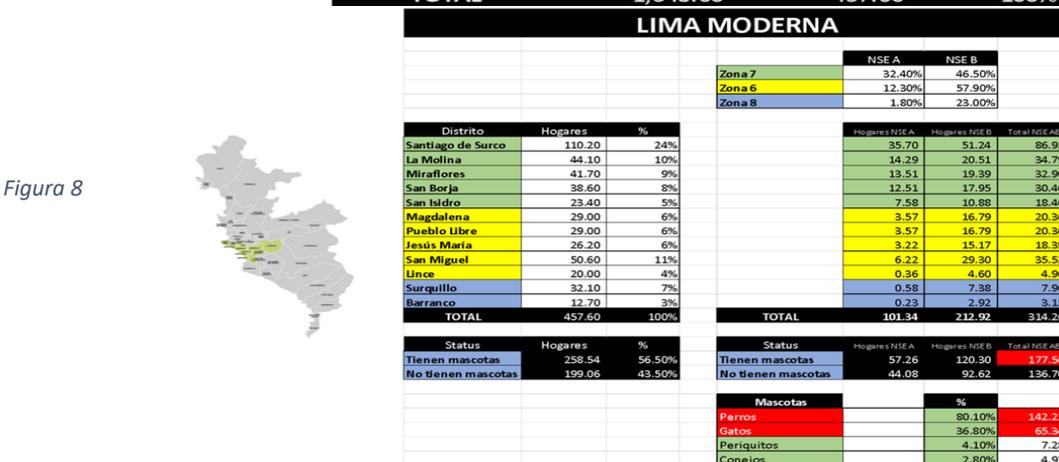
El tamaño del mercado objetivo se determina considerando el número de personas que cumplen con los criterios de segmentación establecidos. Según datos demográficos y

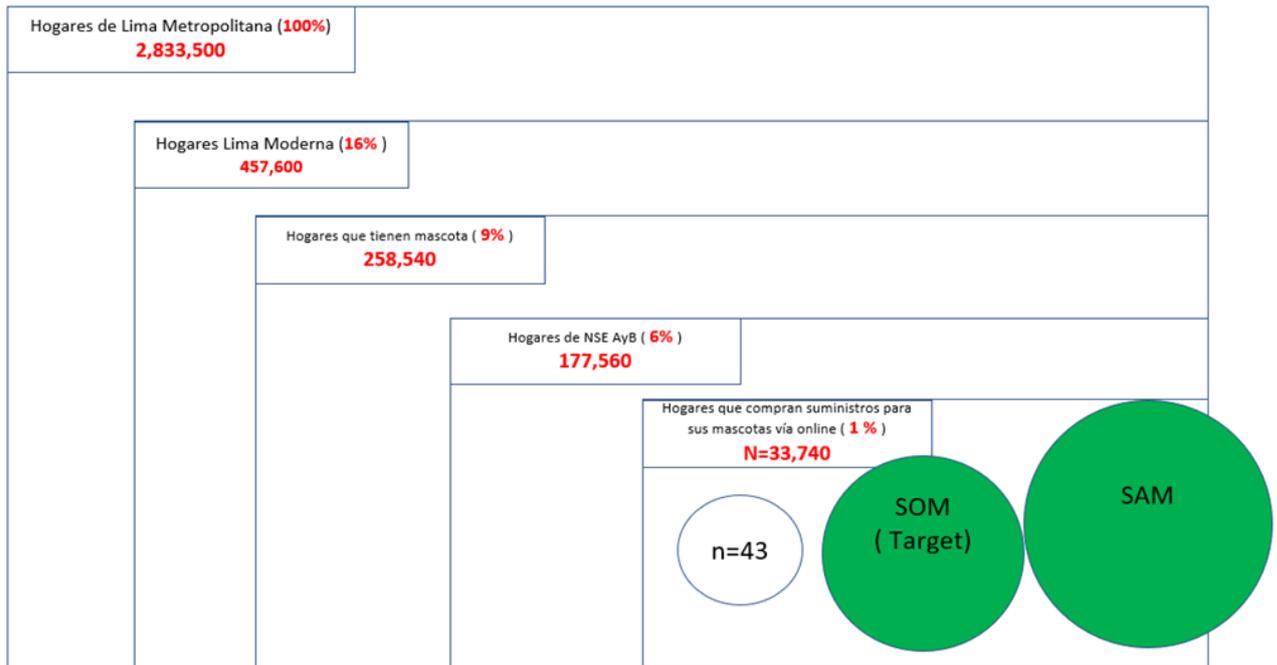
estadísticas, se estima que en Perú existen aproximadamente 2,833,500 hogares, de los cuales el 16% corresponden a hogares de Lima Moderna, lo que dan un total de 457,600 hogares, en donde el 9% poseen algún tipo de mascota, el 6% pertenecen a un nivel socioeconómico A y B, y si consideramos sólo los hogares que compran suministros para sus mascotas vía online tenemos al 1%; Por lo tanto, nuestra demanda efectiva es de 33,740 hogares.

Figura 7



Figura 8





### 2.3.5. Tendencia del mercado

En Perú, al igual que en muchas otras partes del mundo, el mercado de mascotas ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años debido a varios factores:

-Mayor conciencia sobre el bienestar de las mascotas: Los propietarios de mascotas en Perú han mostrado un interés cada vez mayor en brindar un mejor cuidado y bienestar a sus animales. Esto ha llevado a un aumento en la demanda de productos y servicios relacionados con las mascotas.

-Incremento en la oferta de productos y servicios: El mercado ha respondido a la creciente demanda con una amplia variedad de productos y servicios para mascotas. Esto incluye tiendas de mascotas, clínicas veterinarias, servicios de cuidado de mascotas, entrenadores profesionales y más.

-Tendencias de estilo de vida: Las mascotas están cada vez más integradas en la vida cotidiana de las familias peruanas.

-Comercio en línea: La compra de productos para mascotas en línea ha ganado popularidad en Perú, lo que ha llevado al crecimiento del comercio electrónico en este sector.

-La tendencia creciente en el mercado de mascotas en Perú y en muchos otros lugares también se relaciona directamente con la presencia de productos tecnológicos para mascotas. La tecnología ha desempeñado un papel importante en la mejora del cuidado y el bienestar de las mascotas, y ha contribuido al crecimiento de este mercado de varias maneras:

-Dispositivos de seguimiento y localización: Los rastreadores GPS y otros dispositivos de seguimiento se han vuelto populares entre los dueños de mascotas para mantener un control cercano de sus animales. Estos dispositivos permiten que los propietarios rastreen la ubicación de sus mascotas y reciban alertas en caso de que se aleje o se pierdan.

-Aplicaciones móviles: Se han desarrollado aplicaciones móviles específicas para dueños de mascotas que ofrecen una variedad de funciones, desde seguimiento de la salud y el bienestar de la mascota hasta consejos de entrenamiento y recordatorios de vacunas y citas veterinarias.

-Cámaras y monitores para mascotas: Estos dispositivos permiten a los dueños de mascotas vigilar a sus animales en tiempo real a través de una aplicación móvil. Pueden ser útiles para asegurarse de que las mascotas estén seguras y cómodas cuando los propietarios están fuera de casa.

-Alimentadores automáticos: Los alimentadores automáticos permiten programar comidas regulares para las mascotas, lo que es especialmente útil para propietarios ocupados. Algunos de estos dispositivos incluso pueden ser controlados a través de aplicaciones móviles.

-Juguetes y dispositivos de entretenimiento: Existen juguetes interactivos y dispositivos electrónicos que pueden ayudar a mantener a las mascotas activas y entretenidas, incluso cuando los dueños no están en casa.

-Salud y bienestar: La tecnología también ha avanzado en el ámbito de la salud de las mascotas, con dispositivos que pueden monitorizar la actividad, la temperatura corporal y otros parámetros para ayudar a los propietarios a mantener saludables a sus mascotas.

-Esta investigación de mercado proporciona información importante sobre el mercado objetivo de nuestros productos, incluida la descripción del mercado, la demografía, la segmentación y la orientación, el tamaño y las tendencias del mercado. Estos datos le brindan una comprensión más profunda de sus consumidores y lo ayudan a orientar sus estrategias de marketing de manera más efectiva.

### **2.3.5. Resultado de encuesta y entrevistas de profundidad.**

Para hallar el tamaño de la muestra para las encuestas se ha realizado de la siguiente manera:

$$\text{Tamaño de Muestra} = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

$$Z = \text{Nivel de confianza (95\%)} = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$c = \text{Margen de error } (0.15 = \pm 15)$

$\text{Tamaño de Muestra} = (1.96)^2 * (0.5) * (1 - 0.5) / (0.15)^2$

Figura 9

Parámetro	Insertar valor
N	<b>33,740</b>
Z	1.96
p	50%
q	50%
e	15%

$$n = \frac{32,404}{760}$$

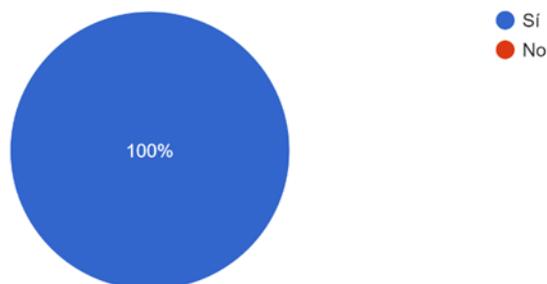
$$n = 43$$

La muestra sería de 43 con un Nivel de confianza de 95%, Margen de error de 15%

**Resultados de las encuestas realizadas:**

*Pregunta 1 encuesta*

1. ¿Tienes una mascota en tu hogar?  
43 respuestas

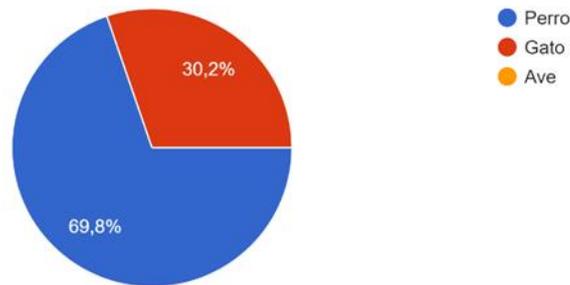


La mayoría de encuestados, 100%, tiene mascotas.

*Pregunta 2 encuesta*

2. ¿Qué tipo de mascota tienes?

43 respuestas

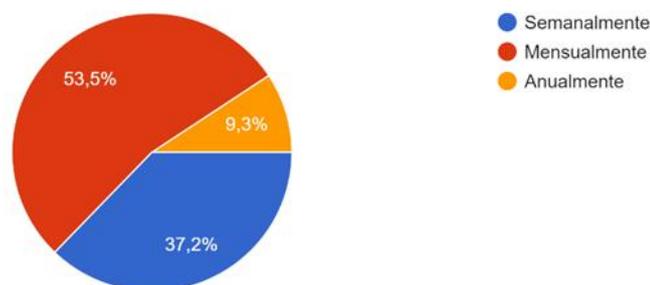


Del total de los encuestados tiene como mascota un perro (69.8%), mientras que el restante 30.2% indicó que tiene por mascota un gato. No hubo personas que señalan otro tipo de mascotas.

*Pregunta 3 encuesta*

3. ¿Con qué frecuencia compras productos para tu mascota?

43 respuestas

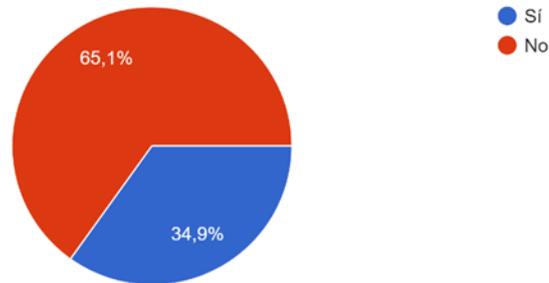


La mayoría de los encuestados compran productos para sus mascotas (53.5%), mientras que el 37.2% indicó que lo hace semanalmente y el 9.3% anualmente.

*Pregunta 4 encuesta*

4. ¿Sabías que existen productos tecnológicos diseñados para mascotas?

43 respuestas

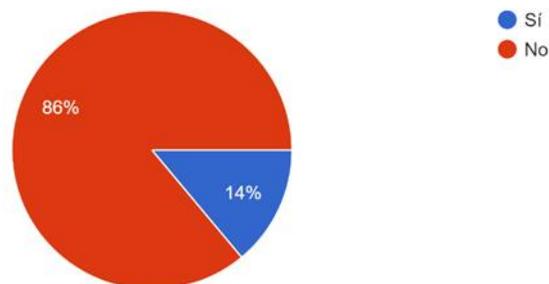


La mayoría de los encuestados no sabían que existían productos tecnológicos para sus mascotas (65.1%), mientras que el restante (34.9%) indicó que sí sabían de su existencia.

*Pregunta 5 encuesta*

5. ¿Has utilizado algún producto tecnológico para tu mascota?

43 respuestas

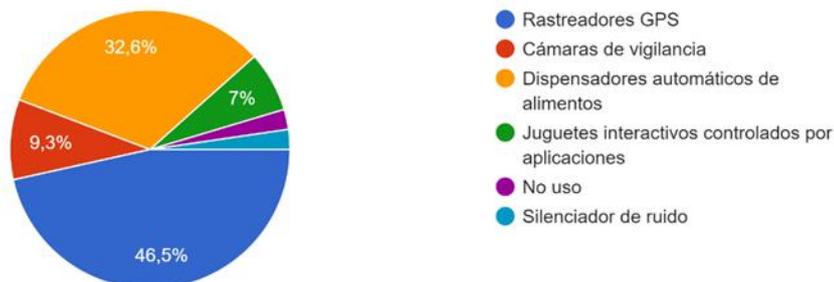


La mayoría de los encuestados han utilizado productos tecnológicos para su mascota (86%), mientras que el restante 14% indicó que no.

*Pregunta 6 encuesta*

6. ¿Qué tipo de productos tecnológicos para mascotas te gustaría ver disponibles en una tienda online?

43 respuestas

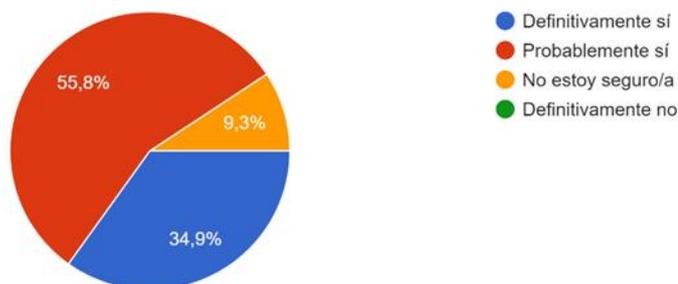


La mayoría de los encuestados (46.6%) buscaría rastreadores GPS en tiendas online. Seguido del 32.6% que buscaría dispensadores automáticos, 9.3% cámaras de vigilancia, 7% juguetes interactivos, 2.3% busco silenciador de ruido y por último el 2.3% no desean ver este tipo de productos en las tiendas online.

*Pregunta 7 encuesta*

7. ¿Considerarías comprar productos tecnológicos para tu mascota si estuvieran disponibles?

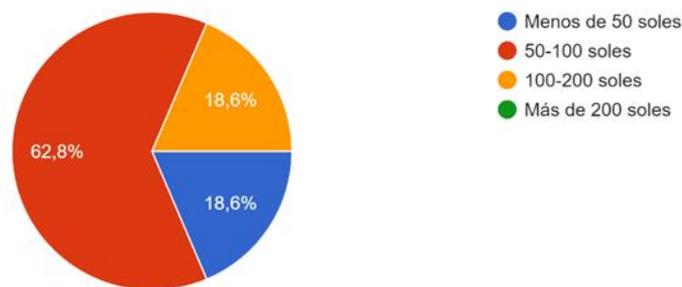
43 respuestas



La mayoría de los encuestados probablemente sí compraría productos tecnológicos para sus mascotas (55.8%). Seguido del 34.9% que definitivamente sí lo hará y 9.3% no están seguros de hacerlo. No tenemos resultados que no los comprarían.

*Pregunta 8 encuesta*

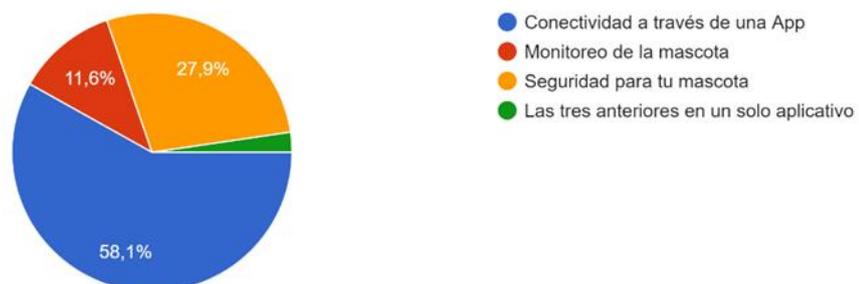
8. ¿Cuál sería tu rango de precio aceptable para comprar productos tecnológicos para mascotas?  
43 respuestas



El 62.8% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 50 a 100 soles por un producto tecnológico, 18.6% entre 100 y 200 soles, y otro 18.6% menos de 50 soles.

*Pregunta 9 encuesta*

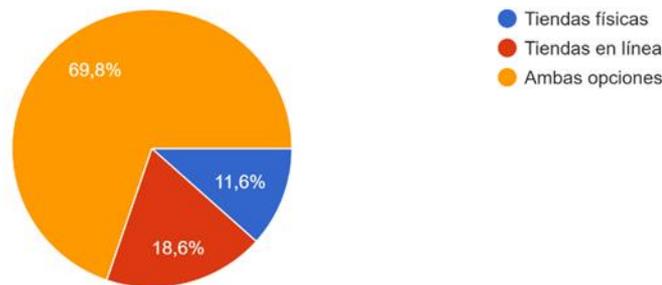
9. ¿Qué características te gustaría que tuviesen estos productos tecnológicos para mascotas?  
43 respuestas



Sobre qué características serían las preferencias a la hora de comprar un producto tecnológico para mascotas, tenemos que 58.1% de los encuestados estaría buscando que tenga conectividad por medio de un App, el 27.9% busca una seguridad para su mascota, el 11.6% busca monitorear a su mascota y el restante 2.3% que tengas estas tres características juntas.

*Pregunta 10 encuesta*

10. ¿Dónde prefieres comprar productos para mascotas?  
43 respuestas

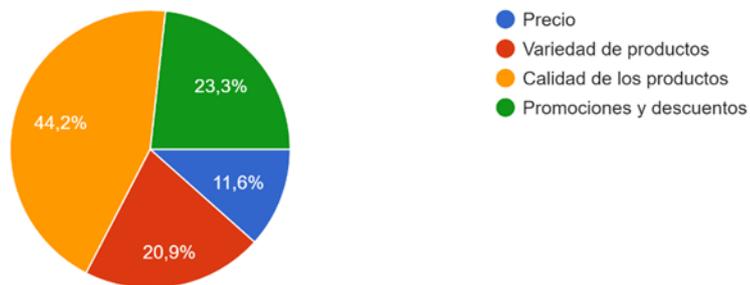


La mayoría de los encuestados preferirían comprar estos productos tecnológicos para sus mascotas tanto en tiendas física y tiendas online (69.8%). Seguido del 18.6% que preferiría comprarlos solo en tiendas online y el 11.6% lo prefiere en tiendas físicas.

*Pregunta 11 encuesta*

11. ¿Qué factores influyen más en tu decisión de compra de productos para mascotas en línea?

43 respuestas

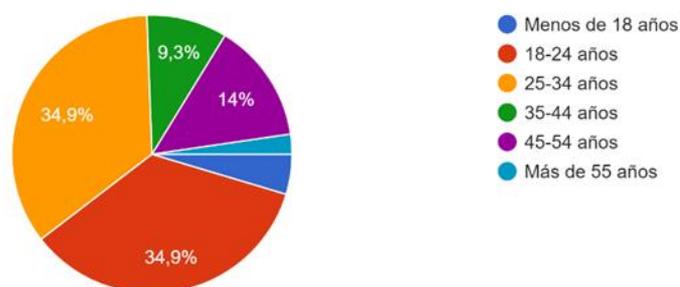


La mayoría de los encuestados creen que la calidad del producto influye en la compra de productos tecnológicos para sus mascotas (44.2%), el 23.3% cree que son las promociones y descuentos, seguido del 20.9% que influiría la variedad de productos que haya, y por último 11.6% cree que el precio sería determinante para la compra de uno de estos productos.

*Pregunta 12 encuesta*

12. ¿Cuál es tu edad?

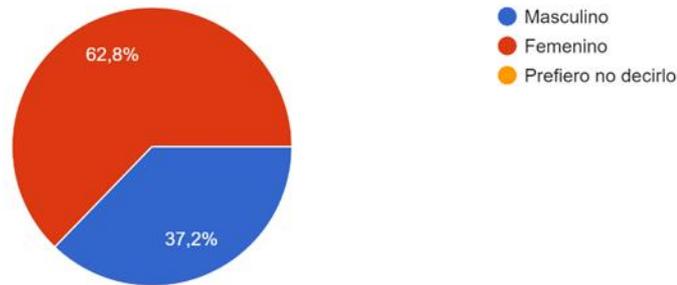
43 respuestas



La mayoría de los encuestados (69.8%) se encuentra entre los 18 y 34 años, seguido de los menores de 45 a 57 años (14%). Los mayores de 55 años representan el 2.3% de los encuestados

*Pregunta 13 encuesta*

13. ¿Cuál es tu género?  
43 respuestas



La mayoría de las personas encuestadas (62.8%) es de género femenino, y las personas restantes (37.2%) su género es el masculino.

Así mismo se determinó pedir algunas sugerencias o comentarios sobre productos tecnológicos y estas fueron las respuestas.

*Pregunta 14 encuesta*

- No
- Nada
- Variedad de productos
- Me gustaría un masajeador de mascotas
- tendría en consideración el color del producto. Podrían ser tonos neutros
- Ninguno
- Calidad precio
- Ninguno
- Más información

- Todavía no
- Un buen plan de marketing
- Que el manejo de los productos sea fácil tal que pueda manejarlo hasta un niño

*Fuente: Elaboración propia*

### **Entrevistas de profundidad**

A continuación, las preguntas que se realizaron en la entrevista de profundidad.

Cantidad y especie: 01 perro, Guaymaral

Edad de las mascotas: 4 años

#### **1 ¿Has utilizado o considerado usar juguetes interactivos para tu mascota?**

Rpta: la verdad no tengo mucho conocimiento sobre que tipos de juguetes interactivos existen en el mercado, pero si son de mucha ayuda me gustaría probar con alguno.

#### **2 ¿Qué características valoraría más al elegir un juguete interactivo para tu mascota?**

Rpta: Creo que buscaría un juguete que estén contruidos con materiales resistentes y duraderos, especialmente porque mi perro tiende a masticar o jugar de manera tosca, además que sea seguro no tóxico y se puede controlar de manera remota mucho mejor.

#### **3 ¿Cómo crees que el uso de productos tecnológicos para mascotas pueda cambiar la forma de interactuar con tu mascota?**

Rpta: No me lo imagino, pero entendería que nos permitiría interactuar con ellos incluso cuando no estemos presentes, no se me imagino una cámara de seguridad que transmita mi voz y lo mantenga tranquilo y se crea que estoy cerca.

**4. Si existiera en el mercado un juguete interactivo para tu mascota, el cual ofrece un estímulo mental y el cual al realizar alguna tarea recibe alguna recompensa, como una galleta para perros ¿Estarías dispuesto(a) a invertir en ese producto?**

Rpta: Sí lo compraría porque creo que si lo ayuda, estimula su mente y lo mantiene mentalmente activo, eso lo tendría ocupado y concentrado en otras actividades y no haría destrozos en la casa, pero ojo que de igual forma dependería mucho del precio del producto.

**5. ¿Recomendarías el uso de juguetes interactivos para otras personas que tienen mascotas? ¿Por qué?**

Rpta: Si, claro, pero dependería mucho de la experiencia que tenga yo con el producto, si es así como me lo planteas y va a estimular y entretener a mi mascota, es probable que quiera compartir esa experiencia con otros.

Al finalizar toda la entrevista realizada, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- El entrevistado entiende que los juguetes interactivos pueden estimular mental y emocionalmente a su mascota y mejorar en gran medida la salud general de su mascota. Estos juguetes ayudan a reducir el aburrimiento, la ansiedad y el comportamiento destructivo al mantener a su mascota ocupada y mentalmente concentrada.
- También creería que la interacción con este tipo de juguetes interactivos puede ser una experiencia compartida entre los dueños de mascotas y sus animales. Esto puede fortalecer el vínculo emocional entre ellos al tiempo que fomenta una relación de confianza y diversión.

- Un valor agregado o un producto más innovador sería que se pueda controlar desde un App, lo que también le daría el uso como un monitoreo en línea de su mascota.

## **2.4 PROPUESTA DE VALOR Y POSICIONAMIENTO.**

### **2.4.1. Propuesta de valor**

En PET TOY para desarrollar una estrategia efectiva, es importante resaltar los siguientes aspectos de la propuesta de valor:

#### **1. Beneficios clave para el cliente:**

Identifica cuáles son los principales beneficios que ofrece tu juguete interactivo para mascotas. Esto puede incluir la estimulación mental de las mascotas, la reducción del aburrimiento, la mejora del bienestar, la comodidad para los dueños, etc.

#### **2. Características distintivas:**

Resaltar las características hacen que tu juguete interactivo destaque de otros productos, y si fuera necesario del uso de alguna tecnología innovadora o características únicas que lo diferencian.

#### **3. Problema que resuelve:**

Ofrecer alternativas de solución ante un problema o la necesidad específica que tu juguete interactivo sea de gran ayuda para los dueños de mascotas.

#### **4. Valor emocional:**

Enfatizar en el aspecto emocional dado el gran amor que tienen los clientes potenciales hacia sus mascotas, el cual les permitirá conectar con ellos así no se encuentren presentes.

## **5. Facilidad de uso y accesibilidad:**

Resaltar que se trata de un producto muy fácil de utilizar. Está diseñado para ser accesible y seguro para cada tipo de mascota.

## **6. Comentarios del cliente:**

La recopilación de retroalimentación de clientes sobre qué opinan de nuestro producto y su propuesta de valor.

### **2.4.2. Posicionamiento de la marca**

La estrategia de posicionamiento de marca se centra en cómo PET TOY quiere ser percibido por su público objetivo.

## **1. Definición del público objetivo:**

Nuestro producto está diseñado para dueños de perros de todas las edades y razas que buscan una forma divertida y educativa de mantener entretenidas a sus mascotas.

## **2. Clave de Beneficios para el Cliente:**

Resaltar los principales beneficios que ofrece tu juguete interactivo para mascotas. Cómo es que puede Interactuar con su mascota mientras estimula su mente y cuerpo, reduciendo el aburrimiento y mejorando su bienestar.

## **3. Propuesta de Valor emocional:**

Nuestro producto es especial y diferente de la competencia. Permite una interacción realista y emocionante entre mascotas y dueños, creando un vínculo más fuerte y momentos inolvidables juntos.

## **4. Comparación con la Competencia:**

Resaltamos las ventajas competitivas de tu producto en comparación con otros juguetes interactivos para mascotas en el mercado. Ofrecemos una experiencia de juego única que se adapta a las preferencias individuales de tu mascota.

### **5. Estrategia de Comunicación:**

Estar activos y comunicar nuestra presencia en el mercado a través de canales de marketing como redes sociales, publicidad en línea, contenido de blog, colaboraciones con influencers, etc.

### **6. Ejecución y Seguimiento:**

Realiza un seguimiento constante de la efectividad de nuestro producto. Y ajustar según los resultados y las retroalimentaciones de los clientes.

### **7. Comunicación Continua:**

Usaremos canales como las redes sociales y correo electrónico para mantener una conversación activa con los clientes.

## **2.5 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MARKETING**

### **2.5.1. Marketing tradicional**

#### **2.5.1.1 Producto**

Nuestro juguete interactivo resalta la durabilidad, innovación en diseño y nivel de interacción con las mascotas.

Dentro de sus características técnicas podemos mencionar las siguientes:

Material: ABS y policarbonato

Longitud: 5.1 Pulgadas

Ancho: 3.15 pulgadas

Altura: 4.3 Pulgadas

Peso: 0.54

En PET TOY estamos considerando constantemente la creación de nuevos modelos o versiones mejoradas de sus juguetes interactivos para mantener el interés de sus clientes

### **2.5.1.2 Precio**

Precio de Referencia: 99.00 soles

Existen en el mercado productos similares con precios que están entre los 70 y los 300 soles, estos precios son competitivos dado que reflejan el valor de tus productos.

En PET TOY contamos con promociones y descuentos por la compra de varios juguetes interactivos, dado que sabemos que muchas familias no solo tienen una mascota en casa, por lo tanto, queremos seguir incentivando a los clientes a adquirir más productos.

### **2.5.1.3 Plaza**

En PET TOY queremos reforzar como el principal canal de ventas la tienda Online, pero como estrategia de ampliación de Canales de Distribución, estamos estableciendo acuerdos con tiendas de mascotas, clínicas veterinarias y tiendas en línea especializadas en productos para mascotas para ampliar su alcance.

Tener presencia en eventos especializados, como participar en ferias y eventos de mascotas donde puedas exhibir y vender tus productos, aprovechando la oportunidad de llegar a un público interesado.

#### **2.5.1.4 Promoción**

En PET TOY optamos por una estrategia de relaciones públicas, para contar con la colaboración de influencers y bloggers de mascotas para promocionar nuestros productos en sus plataformas.

También consideramos crear videos, imágenes y gráficos atractivos para promocionar los beneficios de nuestro producto y demostrar cómo mejora la vida de las mascotas y sus dueños.

#### **2.5.2. Estrategias de Marketing digital**

##### **1. Sitio web optimizado para SEO:**

Utilizando técnicas de optimización para motores de búsqueda (SEO), crea un sitio online atractivo y fácil de navegar que contempla información detallada sobre tus productos y mejora la visibilidad del sitio web en los resultados de búsqueda de Google.

Esto incluye la investigación de palabras clave y la optimización del contenido.

##### **2. Blog de contenido relevante:**

Iniciar un blog en tu sitio web y publicar contenido relacionado con el cuidado de mascotas, consejos de entrenamiento y noticias del mundo animal. Esto nos ayudará a atraer tráfico orgánico ya establecer tu autoridad en el nicho.

##### **3. Redes sociales activas:**

Establecer perfiles en sitios web conocidos como Instagram, Facebook, y Pinterest.

Publicar contenido de forma regular , como fotografías y vídeos de perros interactuando con sus juguetes, historias de satisfacción de clientes y consejos sobre el cuidado de mascotas .

Para llegar a un sector segmentado y audiencia extensa, utilizaremos anuncios pagados en las plataformas de redes sociales.

#### 4. Correo de propaganda:

Construir una lista de suscriptores a través de tu sitio web y las redes sociales.

Enviar boletines informativos con ofertas especiales, actualizaciones de productos y consejos útiles para dueños de mascotas.

#### 5. Colaboraciones con influencers:

Buscar influencers en el nicho de mascotas que tengan seguidores comprometidos.

Colaborar con ellos para que promocionen tus productos a través de reseñas, demostraciones en video o publicaciones en redes sociales.

#### 6. Publicidad en línea:

Utilizar Google Ads para crear anuncios de búsqueda y anuncios de display dirigidos a palabras clave relacionadas con tus productos.

Considerar la publicidad en Amazon si tus productos también se venden en esta plataforma.

#### 7. Vídeos y contenidos visuales:

Crear videos atractivos que muestran cómo funcionan tus juguetes y cómo los disfrutaban las mascotas.

Utilizar plataformas como YouTube y TikTok para compartir estos videos de manera efectiva.

#### 8. Programas de lealtad y descuentos:

Ofrecer programas de lealtad o descuentos para clientes recurrentes.

Animar a los clientes a dejar reseñas en línea ya referir a amigos y familiares.

#### 9. Marketing de contenidos en línea:

Colaborar con sitios web y blogs de mascotas para publicar contenido relacionado con tus productos. Esto puede ayudar a generar enlaces de retroceso y aumentar la visibilidad de la marca.

## 10. Seguimiento y análisis de datos:

Para evaluar la efectividad de sus estrategias, utilizar herramientas de análisis de medios de comunicación social y métricas de redes sociales .

Ajustar las tácticas en función de los resultados para mejorar continuamente tus esfuerzos de marketing.

## **2.6 PLAN DE ACCIÓN**

Objetivo Principal:

Aumentar las ventas de juguetes interactivos para mascotas en un 20% en los próximos 6 meses.

### **2.6.1. Estrategias de ventas**

#### 1. Investigación de Mercado y Competencia:

Realizar un análisis exhaustivo del mercado de juguetes para mascotas, identificando las tendencias actuales y las necesidades de los dueños de mascotas.

Evaluar a la competencia para entender sus estrategias de ventas, precios y puntos fuertes.

##### 1. Definición de Objetivo Público:

Segmentar el mercado en función de variables como el tipo de mascota, el tamaño de la mascota y el nivel de actividad.

Crear perfiles de clientes ideales basados en la segmentación, incluyendo datos demográficos y psicográficos.

##### 2. Desarrollo y Posicionamiento del Producto:

Mejorar la calidad y las características del juguete interactivo en función de las necesidades de tu público objetivo y la retroalimentación de los clientes.

Establecer un posicionamiento claro y único para el producto que destaque sus beneficios y características especiales.

### 3. Estrategia de Precios y Descuentos:

Evaluar la estructura de precios en comparación con los competidores y asegurarse de que sea competitivo.

Implementar estrategias de descuentos selectivos, como ofertas de lanzamiento o paquetes de productos, para incentivar la compra.

### 4. Estrategia de Marketing y Promoción:

Refuerce el sitio online atractivo y sencillo para navegar, con testimonios de clientes satisfechos y abundante información sobre los productos.

poniendo en práctica un blog y estrategia de contenidos en redes sociales enfocada en consejos para el cuidado de perros y demostraciones de cómo jugar con juguetes.

Utilizar publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram) y Google Ads para llegar a tu público objetivo.

Colaborar con influencers de mascotas para crear reseñas y contenido promocional auténtico.

### 5. Alianzas Estratégicas:

Establecer relaciones con tiendas de mascotas locales para ofrecer tus productos en sus tiendas o para promocionarlos a sus clientes.

Buscar alianzas con servicios de cuidado de mascotas, como veterinarios o entrenadores, para recomendar tus productos a sus clientes.

### 6. Fuerza de ventas:

Contratar y capacitar a un equipo de ventas especializado en el sector de mascotas y productos relacionados, que cuente con habilidades de venta consultiva y conocimientos técnicos sobre los juguetes interactivos para mascotas.

## 2.7 PRESUPUESTO DE MARKETING

Para el presupuesto de Marketing Mensual para Juguetes Interactivos para Mascotas, se requiere considerar contar con un especialista responsable de estrategias de marketing digital como SEO, publicidad online, redes sociales y email marketing, con conocimientos del uso de herramientas y análisis de datos. Responsable del cierre de ventas y atención al cliente. Requiere habilidades de negociación, comunicación efectiva y conocimiento del producto.

Así mismo el costo que representa el uso de las diversas tecnologías de información, no lo estaremos asumiendo por el momento por tratarse de inicio de actividades.

Por otro lado, si tuviéramos un detalle de lo que sería un presupuesto mensual a futuro.

### 1. Publicidad en Línea:

Publicidad en Facebook e Instagram: S/1,000

Publicidad en Google Ads: S/1,000

### 2. Marketing de Contenidos:

Creación de contenidos para blogs y redes sociales: S/900

Honorarios de un redactor de contenidos: S/600

### 3. Marketing por Correo Electrónico:

Plataforma de marketing por correo electrónico: S/150

Creación y envío de boletines informativos: S/300

### 4. Colaboraciones e Influencers:

Colaboración con influencers de mascotas: S/900

5. Diseño Gráfico y Multimedia:

Diseño de gráficos y creatividades para publicidad: S/600

6. SEO y Herramientas de Análisis:

Herramientas de análisis web y SEO: S/300

7. Sueldo del Personal de Marketing:

Salario del especialista en marketing: S/3.300

8. Gastos Generales de Marketing:

Otros gastos relacionados con marketing y promoción: S/600

Total, del Presupuesto Mensual de Marketing en soles peruanos (PEN): S/8,750

## **2.8 SELECCIÓN DE CANALES**

### **2.8.1. Define tu Audiencia Objetivo y su Comportamiento de Compra**

En este paso, hablaremos con nuestra audiencia objetivo sobre "Pet Toy". Nuestro público objetivo está formado principalmente por amantes de perros de diferentes generaciones, desde milenias hasta sentenciales, con edades entre 18 y 55 años. Estos clientes son de los segmentos socioeconómicos NSE A/B, lo que significa que tienen más poder adquisitivo y están dispuestos a invertir en artículos para perros de alta calidad. También hay personas que sienten que sus perros son parte de la familia.

### **2.8.2 Establece Objetivos de Marketing y Ventas para Pet Toy**

Definiremos nuestros objetivos principales para "Pet Toy", nos ayudará a aumentar la popularidad de la marca, atraer clientes potenciales, aumentar las ventas en línea y mantener la fidelidad de los clientes actuales. Establecemos objetivos específicos

cuantitativos y cualitativos que nos permitirán evaluar el éxito y la efectividad de nuestras estrategias.

### **2.8.3. Evalúa tus Recursos y Presupuesto**

Evaluaremos nuestros recursos, incluido el presupuesto, de nuestro personal y la tecnología. Asignaremos un presupuesto realista utilizando técnicas como el marketing por correo electrónico, el contenido del blog y las publicidades en las redes sociales.

### **2.8.4 Selección de Canales de Marketing y Estrategias**

En este paso, elegiremos cuidadosamente los canales de marketing de "Pet Toy" más apropiados. Las redes sociales, como Facebook e Instagram, son los principales canales a tener en cuenta porque te permiten promocionar activamente nuestros juguetes interactivos con alimentos. Además, implementaremos un blog en nuestro sitio web de la empresa para que puedan crear contenido valioso relacionado con el cuidado de mascotas y destacando nuestro producto. Nuestros canales serán cruciales para interactuar con nuestra audiencia objetivo y promover nuestro producto de manera informativa y atractiva. Cada canal tendrá sus propias estrategias. Esto incluye la creación de contenido atractivo y consejos útiles en el blog, así como la promoción de nuestro producto en las redes sociales.

### **2.8.5 Medición, Análisis y Evaluación Continua**

Implementaremos métricas y KPIs para evaluar el desempeño de nuestros canales y estrategias. Para monitorear el tráfico, la tasa de conversión y el ROI, utilizaremos herramientas de análisis web y de redes sociales. Regularmente realizamos evaluaciones para adaptar nuestro plan de marketing al comportamiento de los consumidores y los cambios en el mercado, asegurándonos de que nuestras estrategias sigan siendo efectivas.

## 2.9 CREACIÓN DE CONTENIDOS

### 2.9.1 Comprende a tu Audiencia y Establece Objetivos de Contenido

Para conocer nuestra audiencia en profundidad, hemos realizado investigaciones demográficas y psicográficas. Usamos datos de nuestra empresa y producto para dividir a la audiencia en amantes de perros de 18 a 55 años con un alto nivel socioeconómico NSE A/B. Consideramos sus preferencias, compras y hábitos relacionados con los perros, como comida y entretenimiento. Identificamos las necesidades particulares de nuestra audiencia con respecto a los juegos interactivos con contenido alimenticio.

### 2.9.2 Genera Ideas de Contenido y Crea un Calendario de Contenido para "Pet Toy"

- **Guías de uso de productos:** creamos instrucciones detalladas sobre cómo usar de manera efectiva nuestros juguetes interactivos con alimentos dentro. Ofrecemos orientación sobre llenado, limpieza y seguridad.
- **Historias de Clientes:** encuentre testimonios reales de clientes que han encontrado beneficios con sus productos. Esto aumenta la confianza de nuestros clientes.
- **Contenido Educativo:** Crearemos artículos, videos o infografías sobre temas relacionados con la salud y el bienestar de los perros, como consejos sobre alimentación, ejercicios y entrenamiento.
- **Demostraciones en video:** haremos videos que muestran cómo nuestro producto se adapta a la vida cotidiana de nuestros clientes.
- **Comparaciones de productos:** Comparamos nuestro juguete interactivo con otros productos.

#### Creación de un Calendario de Contenido:

- **Identifica Fechas Relevantes:** Marque días importantes relacionados con mascotas como el Día Internacional del Perro y el Día Nacional del Animal Doméstico. Estas fechas pueden dar lugar a oportunidades para contenido relacionado con el tema.
- **Decide con qué frecuencia publicar el contenido:** Dependiendo de nuestros recursos, podemos optar por publicaciones semanales, quincenales o mensuales.
- **Distribuya el Contenido Equitativamente:** Aseguramos de que los tipos de contenido estén equilibrados y no se centren solo en la promoción de nuestro productos, proporciona consejos y contenidos educativos a nuestra audiencia.
- **Promoción Coherente:** Planificamos las promociones de contenidos para aumentar la visibilidad en nuestros canales de marketing, como redes sociales y correo electrónico.
- **El rendimiento de cada publicación:** se monitorea a medida que se implementa el calendario de contenido. Ajustaremos su enfoque de acuerdo con lo que funciona mejor para la interacción y participación de nuestra audiencia.

### 2.9.3. Desarrolla Contenido de Valor y Optimizar para SEO para Abordar la Soledad de las Mascotas

- **Artículos Educativos:** Elaboramos artículos exhaustivos que abordan el tema de la soledad de las mascotas y cómo nuestros juguetes interactivos con alimentos "Pet Toy" pueden ser la solución. Proporciona ideas útiles y consejos sobre cómo mantener a los perros entretenidos y ocupados mientras sus dueños están fuera de casa. Estos artículos educativos serán útiles para los dueños de mascotas.
- **Vídeos educativos:** Crearemos videos instructivos que ayuden a los dueños de mascotas a usar sus juguetes de manera efectiva. Mostraremos en detalle cómo

llenarlos y cómo brindarles la estimulación adecuada para mantener a los perros ocupados y felices durante el tiempo que están solos. Estos vídeos proporcionarán claridad y confianza a nuestros clientes.

- **Historias de éxito:** Aprenderemos de nuestros clientes satisfechos que han visto cómo sus juguetes mejoraron la vida de sus mascotas. Estas historias de éxito servirán como pruebas sociales, proporcionando ejemplos reales de cómo nuestro producto puede cambiar la relación entre las mascotas y sus dueños .
- **Infografías y Consejos Rápidos:** creamos infografías y consejos rápidos que condensan las ideas esenciales para ayudar a las mascotas a superar la soledad. Estos consejos y representaciones visuales fáciles de usar se convertirán en contenido viral en las redes sociales.

### **Optimización de Contenido para SEO:**

- **Investigación de Palabras Clave:** Utilizamos Google Keyword Planner para buscar palabras clave relevantes para términos populares relacionados con la soledad en productos para mascotas y perros.
- **Usar Palabras Clave:** Garantizamos contenido de alta calidad, las palabras clave se integran naturalmente en títulos, encabezados, descripciones y texto principal.
- **Estructura legible:** organizamos nuestro contenido de manera lógica y utilizamos encabezados para hacer que sea más fácil de leer.
- **Enlaces Internos y Externos:** Nuestro contenido con enlaces a páginas internas y fuentes externas son relevantes, para hacer fácil el encontrarlos.
- **Optimización de Multimedia:** Aseguramos que nuestras imágenes y videos estén optimizados.

- **La velocidad de carga del sitio web:** Es fundamental para nuestra clasificación en los motores de búsqueda.
- **Etiquetas Meta Descriptivas:** incluimos la tasa de clics en los resultados de búsqueda al crear descripciones atractivas para nuestras páginas.

#### **2.9.4 Promoción, Interacción y Distribución**

Utilizamos redes sociales, correo electrónico y publicidad en línea para difundir contenido educativo, como artículos, vídeos y consejos rápidos. Nuestra audiencia puede interactuar y participar al responder a preguntas y comentarios. Consideramos el síndrome síndico.

#### **2.9.5 Participación Activa y Comunidad**

Fomentamos la participación activa de nuestra audiencia, respondemos a preguntas y comentarios en sitios web y participamos en foros y grupos de discusión sobre mascotas. Construyamos una comunidad comprometida y difundimos de manera efectiva el contenido de "Pet Toy".

#### **2.9.6 Medición, Evaluación y Ajustes Continuos**

Utilizaremos herramientas de análisis como el tráfico web, las conversiones y las tasas de interacción en redes sociales para evaluar el desempeño de nuestro contenido. Utilizaremos estos datos para informar mejoras en el contenido que publiquemos en el futuro y para ajustar continuamente nuestras estrategias de contenido. Esto permitirá que nuestro "Pet Toy" se adapte y mantenga su relevancia en un mercado en constante cambio.

## **2.10. IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MARKETING Y VENTAS PARA "PET TOY"**

- **Para el éxito de nuestras estrategias:** Mediremos nuestro progreso hacia nuestros objetivos, es esencial llevar a cabo nuestro plan de marketing y ventas de "Pet Toy". Hemos creado un proceso completo que incluye asignación de responsabilidades, creación de calendarios de ejecución y ejecución de estrategias.
- **Así como monitoreo de métricas, evaluación regular, ajustes y optimización:** En este proceso, mantenemos una comunicación constante con nuestro equipo, documentamos cuidadosamente los resultados y animamos a la retroalimentación. Además, estamos al tanto de los cambios en el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado, lo que nos permite ajustar nuestro plan según sea necesario.
- **Para garantizar la eficiencia en la ejecución:** Es esencial cumplir con nuestros plazos y el presupuesto. Estamos seguros de que lograremos nuestros objetivos y consolidaremos nuestra posición como líderes en el mercado de juguetes interactivos para mascotas con este enfoque integral y enfocado en nuestro "Juguete interactivo con alimento dentro para mascotas".

## **2.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusión:**

El plan de marketing de "pet Toy" se ha desarrollado con un enfoque claro en aumentar las ventas de juguetes interactivos para mascotas a través de estrategias bien planificadas y orientadas a la satisfacción del cliente. El análisis del mercado, la segmentación de la

audiencia, la optimización del contenido y las estrategias de promoción se han planificado cuidadosamente para satisfacer las demandas de los dueños de mascotas y enfatizar los beneficios de nuestros productos.

**Recomendaciones:**

Observación continua: Ajuste las estrategias según sea necesario y realice un seguimiento regular del desempeño.

Compromiso de la comunidad: anima a las personas a participar activamente en foros y redes sociales para crear una comunidad sólida.

Calidad del contenido: Mantenga la creación de contenido valioso que incluya consejos, historias de éxito e información educativa.

Optimización de la optimización de motores de búsqueda: continúa optimizando el contenido para mantener una alta clasificación en los motores de búsqueda.

Control presupuestario: supervisar el presupuesto de cerca y ajustar el presupuesto en función de los resultados para maximizar el retorno de la inversión.

Alianzas estratégicas: busca colaborar con tiendas de mascotas y servicios relacionados para ampliar el alcance de "Pet Toy".

## **CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES PARA UNA EMPRESA COMERCIAL**

### **3.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS PRINCIPALES:**

Los objetivos se centran en el ahorro de costos y la mejora de la experiencia del cliente en logística. y manteniendo estos objetivos, será posible maximizar la efectividad de sus operaciones de entrega y al mismo tiempo satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Esto contribuirá al éxito a largo plazo de La tienda online de PET TOY venta de juguetes para mascotas.

-Reducir los niveles de inventario excedente en un 20% en los próximos 6 meses.

-Reducción del 5% sobre costos logísticos mediante la optimización periódica de la cadena de suministro.

- Alcanzar un índice adecuado de satisfacción de cliente (NPS es un indicador que será utilizada en los programas de experiencia del cliente). Lo que se busca es con un puntaje superior a las 5 estrellas.

-Mejorar un 6% menos de niveles de stock obsoletos y al mismo tiempo aumentar la eficiencia del proceso de gestión de inventarios.

-Reducir un 10% menos en el tiempo de entrega de los productos a los clientes gracias a una mejor gestión de pedidos y optimización logística.

-Para garantizar la calidad y la seguridad de los productos para mascotas, implemente un sistema de gestión de calidad en toda la cadena de suministros.

- Implementar un sistema confiable para gestionar devoluciones y garantías ayudará a abordar de manera rápida y satisfactoria los problemas de los clientes.
- Se proporcionará capacitación continua al personal de operaciones en línea para mejorar sus habilidades y conocimientos sobre el comercio electrónico.
- Lograr disminuir un 15 % menos de costes de almacenamiento mediante una gestión de inventario más precisa y unas instalaciones de almacenamiento eficaces.
- Lograr un 10% menos pérdida por daño de mercancías o bienes faltantes durante el transporte mejorando el embalaje y la manipulación del producto.
- Mejorar la exactitud de las entregas estimadas proporcionando a los clientes información sobre la ubicación y el cronograma de entrega de sus pedidos en tiempo real.
- Reducir los tiempos de entrega en un 20% para entregar un servicio más rápido y efectivo.
- Implementar un sistema de seguimiento y sistema de notificación que permita a los clientes.

### **3.2. SELECCIÓN DE PRODUCTO:**

#### **Ficha Técnica de Juguete Interactivo para Mascotas**

**Nombre del Producto: Pelota Inteligente para Mascotas**

Marca:

Pet Toy

**Descripción:**

La Pelota Inteligente para Mascotas de Pet Toy es un juguete interactivo diseñado para mantener a su mascota activa y entretenida durante horas. Este innovador juguete incorpora tecnología avanzada y materiales duraderos para garantizar la diversión y el ejercicio de su mascota.

**Características principales:**

Material resistente a mordiscos y rasguños.

Movimiento aleatorio impredecible para estimular el juego.

Seguro y no tóxico para mascotas.

Fácil de usar y limpiar.

Especificaciones Técnicas:

Material: ABS y policarbonato

Longitud: 5.1 Pulgadas

Ancho: 3.15 pulgadas

Altura: 4.3 Pulgadas

Peso: 0.54

**Instrucciones de uso:**

Este alimentador para perros es fácil de usar; se puede utilizar directamente en interiores o exteriores, sin montaje, y es muy fácil de limpiar lavando el exterior y el interior con agua tibia y jabón y secando con una toalla. Si tienes un lindo cachorro, no debes perdértelo

Advertencias:

Supervisa a tu perro mientras juegas por razones de seguridad. El juguete es adecuado para perros medianos y pequeños, no para perros grandes y perros masticadores pesados. El diámetro interior del alimentador interactivo del orificio de fugas es de 0.47 pulgadas. Si pones croquetas más grandes que este tamaño, la comida para perros no se caerá.

**Contenido del paquete:**

1 juguete interactivo para mascotas

**Garantía:**

Este producto cuenta con una garantía limitada de 1 año. Para obtener más información sobre la garantía y el servicio al cliente, visite nuestro sitio web.

**Notas:**

El juguete interactivo para mascotas de Pet Toy ha sido diseñado pensando en la seguridad y la diversión de su mascota. Sin embargo, siempre es importante supervisar el juego y asegurarse de que su mascota no ingiera ninguna parte del juguete.

**3.3. PROVEEDOR Y ADQUISICIÓN DE PRODUCTO:**Criterios para la Selección de Proveedores:

- **Calidad del Producto:**

Los productos deben ser seguros, duraderos y estar fabricados con materiales no tóxicos y respetuosos con el medio ambiente.

- **Innovación y Originalidad:**

Los proveedores deben ofrecer productos que sean novedosos y atractivos para los clientes, con características que los diferencien en el mercado.

- **Experiencia y Reputación del Proveedor:**

Se prefiere trabajar con proveedores que tengan una trayectoria comprobada en la industria y que cuenten con buenas referencias de otros clientes.

- **Capacidad de Producción y Escalabilidad:**

El proveedor debe ser capaz de satisfacer la demanda actual y estar preparado para aumentar la producción en caso de crecimiento del negocio.

- **Certificaciones y Cumplimiento de Normativas:**

Los proveedores deben cumplir con las regulaciones y estándares de calidad establecidos para la industria de productos para mascotas.

- **Costo y Margen de Beneficio:**

El costo de los productos debe ser competitivo y permitir un margen de beneficio adecuado para mantener la rentabilidad del negocio.

- **Tiempo de Entrega y Logística:**

Se valora la puntualidad en la entrega de productos y una logística eficiente que minimice los tiempos de espera para los clientes.

### Detalles de los Acuerdos de Compras:

#### **Términos y Condiciones de Compra:**

Se deben especificar los términos y condiciones de la compra, incluidos los plazos de entrega, garantías, devoluciones y penalizaciones por incumplimiento.

#### **Volumen y Frecuencia de Compras:**

Especificar el volumen de productos que se adquirirán en cada pedido y la frecuencia con la que se realizarán las compras.

#### Precios y Descuentos:

Definir los precios unitarios de los productos, así como cualquier esquema de descuentos o contratos a largo plazo.

#### Proceso de Pago:

Establecer los términos de pago, incluidos los plazos, las formas y condiciones para pagos anticipados.

#### Garantías y Devoluciones:

Detallar las políticas de garantía de productos y los procedimientos para la gestión de devoluciones en caso de productos defectuosos o insatisfactorios.

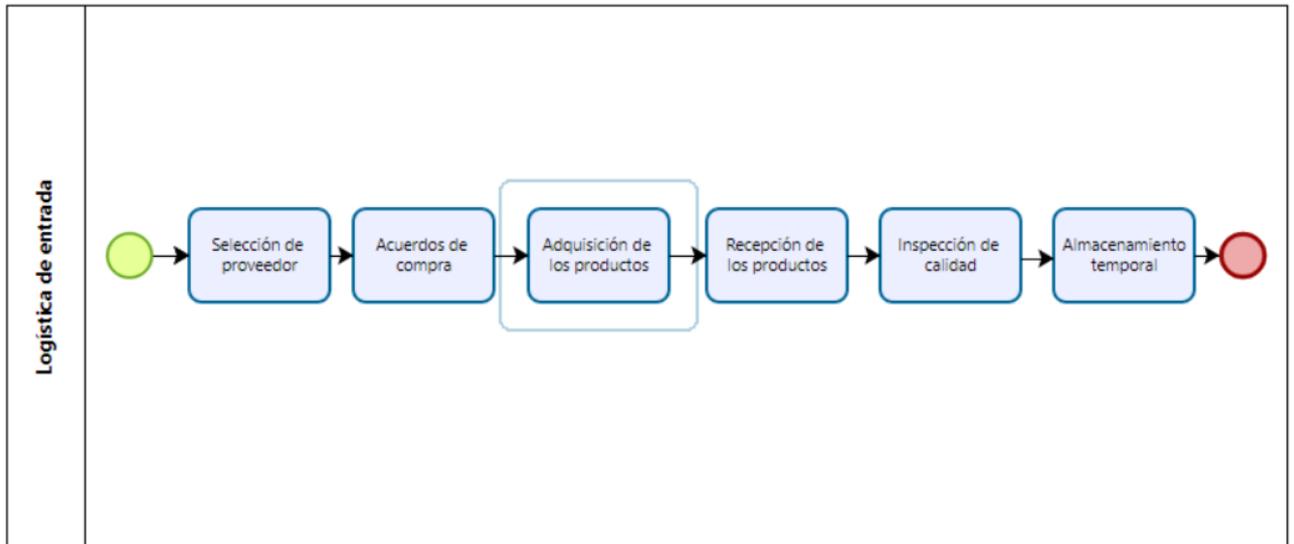
#### Confidencialidad y Propiedad Intelectual:

Incluir cláusulas de confidencialidad para proteger cualquier información sensible compartida entre ambas partes, así como acuerdos sobre la propiedad intelectual de los productos.

#### Terminación y Renegociación del Acuerdo:

Especificar las condiciones bajo las cuales el acuerdo puede ser terminado y los procedimientos para renegociar términos en caso de cambios en las circunstancias del negocio.

*Figura 10*



### 3.4 GESTIÓN DE INVENTARIO

Para planificar gestionar el inventario para un producto juguete interactivo para mascotas, se pueden considerar las siguientes estrategias y características específicas:

Identificar la demanda del producto para poder mantener un inventario adecuado y evitar exceso de existencias o pérdida de ventas.

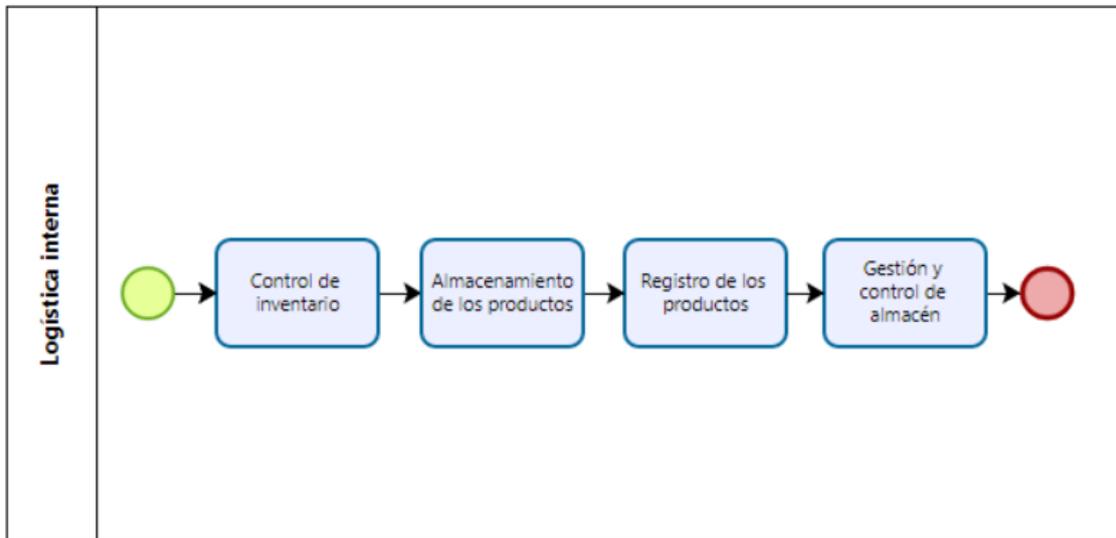
Control de inventario inicial, realizando un conteo físico de todos tus productos en stock al inicio del proceso de gestión de inventario. Esto te dará una línea de base para comenzar.

Utiliza un software de gestión de inventario para llevar un registro de los productos. Empezamos con un software independiente.

Establecer niveles de inventario mínimo y máximo, con esto nos ayudamos a evitar agotamientos o exceso de inventario, y con un monitoreo y supervisión constante aseguraremos que se mantengan dentro de los rangos establecidos. Utilizaremos alertas automáticas para notificarte cuando los niveles de inventario estén cerca de los mínimos.

Mantener un inventario adecuado puede ayudar a evitar la pérdida de ventas y la decepción de los clientes.

Figura 11



### 3.5 PLATAFORMA ECOMMERCE

En "Pet Toy", tendremos como canal principal la tienda en línea, por lo que seleccionaremos una plataforma adecuada de eCommerce, donde podríamos considerar WooCommerce, la cual nos permitirá personalizar y adecuar a las necesidades que ofrece nuestro producto.

Figura 12: Editado para una Referencia de nuestra Plataforma Pet Toy



Fuente: [https://www.alibaba.com/product-detail/Custom-personalizado-juguete-interactivo-educativo-dog\\_1600698950065.html?spm=a2700.7735675.0.0.3ac2mT3PmT3PPd](https://www.alibaba.com/product-detail/Custom-personalizado-juguete-interactivo-educativo-dog_1600698950065.html?spm=a2700.7735675.0.0.3ac2mT3PmT3PPd)

Figura 13: Editado para una Referencia de nuestro diseños en Pet Toy



### 3.6 LOGÍSTICA Y ENVÍO

Buscamos garantizar que los productos lleguen a los clientes de manera eficiente, oportuna y confiable. Esta se enfoca en la gestión de la cadena de suministro desde el punto de almacenamiento hasta el punto de consumo final.

Así mismo dentro de este proceso estaremos en la búsqueda continua para optimizar los procesos de entrega, minimizar los costos y tiempos de envío. Esto implica una

planificación cuidadosa de rutas, uso de sistemas de seguimiento, selección de socios logísticos eficientes y gestión de inventario adecuada.

Elaboramos un plan detallado para la distribución de tus juguetes interactivos para mascotas utilizando un servicio de mensajería. Este plan se divide en varias etapas para asegurarte de que la distribución se realice de manera efectiva:

**Establecer un sistema de envío y entrega:** La selección del sistema de envío y entrega eficiente y confiable para los clientes, será a través de una empresa de mensajería, con la selección de este socio logístico confiable, podremos entregar los productos de manera segura y puntual. Considerando también los factores como tarifas, tiempos de entrega y áreas de cobertura.

**Sistema para administrar pedidos:** Contar con un sistema para administrar pedidos eficiente que permitirá recibir, confirmar y procesar pedidos de manera rápida y precisa.

**Almacenamiento y selección del producto:** Considerando que tenemos nuestro almacén organizado y adecuado para nuestros productos, la búsqueda de esto será de manera eficiente.

**Empaque y Etiquetado:** Es importante que se utilicen materiales de embalaje adecuados, resistentes y de calidad para proteger los juguetes interactivos para mascotas y asegurarte de que lleguen en buen estado a los clientes. Asegurarse que se Incluya la documentación necesaria, como manuales de usuario o garantías. Generar las etiquetas de envío precisas y colócalas en cada paquete. Estas etiquetas deben incluir la información de envío completa del cliente y un número de seguimiento.

**Envío y entrega:** Establecer políticas de envío claras, incluyendo tiempos de entrega estimados y costos de envío. Ofrecer si fuera el caso opciones de envío rápido o

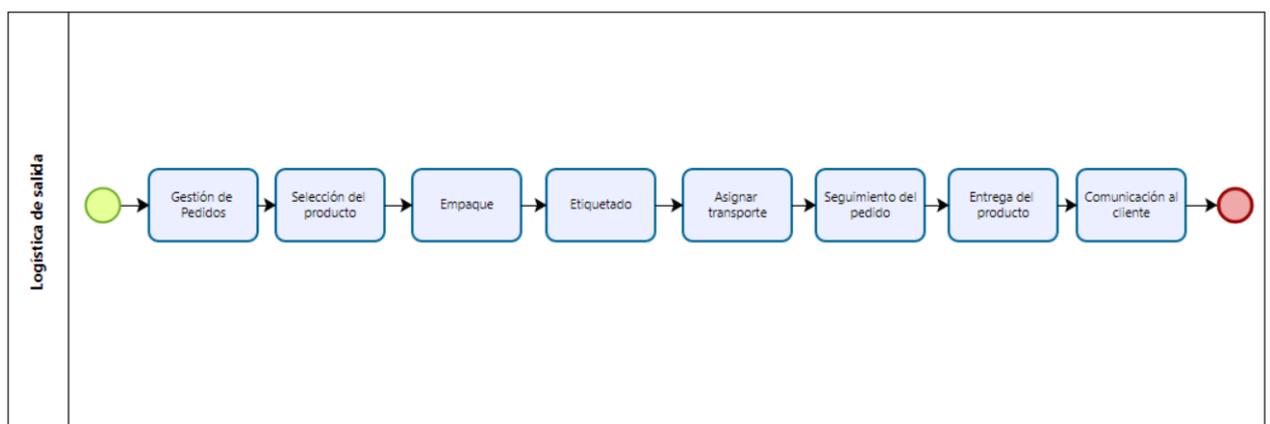
económico para adaptarse a las preferencias de tus clientes. Planificar las rutas de entrega de manera eficiente para minimizar los costos y tiempos de envío. Considere la agrupación de pedidos para entregas cercanas.

**Comunicación y Atención al Cliente:** Notificar a nuestros clientes por correo electrónico o mensajería instantánea cuando sus pedidos hayan sido enviados. Proporciona información de seguimiento para que puedan rastrear sus paquetes. Gracias a esto podremos establecer un servicio de atención al cliente eficiente para resolver consultas y problemas de distribución de los clientes.

**Gestión de devoluciones:** Establecer procesos para satisfacer las necesidades de los clientes insatisfechos y manejar las devoluciones de productos de manera eficiente. Como resultado, debe estar definida una política de devolución clara y fácil de entender. Y asegurarse de que los clientes puedan comunicarse fácilmente contigo en caso de problemas o preguntas.

**Flujo de proceso de logística de salida**

Figura 14



### **3.7 EQUIPO Y CAPACITACIÓN**

Es fundamental seleccionar y capacitar cuidadosamente a nuestro equipo de ventas y atención al cliente para asegurar el éxito de nuestra implementación en "Pet Toy".

#### **3.7.1. Selección de un equipo de ventas y atención al cliente**

Es fundamental elegir a los miembros de nuestro equipo adecuado. Buscamos personas con excelentes habilidades interpersonales y un verdadero compromiso con la satisfacción del cliente. Además, buscaremos candidatos que compartan nuestra pasión por los animales y comprendan la importancia de nuestros juguetes "Pet Toy" interactivos en la vida de las mascotas.

#### **3.7.2. Capacitación Personalizada**

Después de elegir a nuestro equipo, les brindaremos capacitación personalizada. Esto requerirá una profunda comprensión de nuestros productos y sus características, así como habilidades de resolución de problemas y comunicación efectiva. Queremos que nuestro personal responda a las preguntas y preocupaciones de los clientes de manera profesional e informada.

#### **3.7.3. Enfoque en la experiencia del cliente**

Nuestro equipo de ventas y atención al cliente será el rostro del "Pet Toy" para nuestros clientes. Por lo tanto, nos concentramos en su entrenamiento para asegurarnos de que tenga una experiencia de cliente excepcional. Esto incluye la capacidad de responder preguntas de manera efectiva, hacer recomendaciones personalizadas y resolver problemas.

#### **3.7.4. Conexión con la misión de "PET TOY"**

Durante la capacitación, destacaremos la importancia de nuestra misión en "Pet Toy". Queremos que nuestro equipo está profundamente comprometido con el objetivo de ayudar a las mascotas a sentirse menos solos y mejorar sus vidas a través de nuestros juguetes. Esto les dará un sentido de propósito y les permitirá comunicar nuestro compromiso con los clientes de manera auténtica.

### **3.8 TECNOLOGÍA Y SISTEMAS DE VENTAS (POS)**

Es fundamental implementar tecnología y sistemas de punto de venta (POS) para "Pet Toy" para administrar de manera eficiente nuestras transacciones y el inventario, lo que beneficia tanto a nuestra empresa como a nuestros clientes.

#### **3.8.1. Sistemas de punto de venta avanzados**

En "Pet Toy", hemos invertido en sistemas de punto de venta avanzados que no solo facilitan el proceso de compra, sino que también nos permiten rastrear con precisión cada transacción. Esto garantiza que nuestros clientes disfruten de un proceso de compra rápido y eficiente.

#### **3.8.2. Administrar el inventario en tiempo real**

La gestión de inventario se integra en nuestro sistema POS. Esto nos permite mantener un registro actualizado de la disponibilidad de nuestros juguetes interactivos con alimento dentro. Esto es esencial para mantener nuestros estantes siempre surtidos y evitar decepciones de los clientes debido a productos agotados. Además, nos permite realizar pedidos a tiempo para garantizar que siempre estén disponibles.

### **3.8.3. Gestión de Clientes (CRM)**

Para "Pet Toy", hemos desarrollado una plataforma CRM personalizada que nos permite recopilar, almacenar y analizar datos detallados sobre nuestros clientes. Los datos de contacto, los historiales de compras, las preferencias de productos y otros elementos están incluidos en esto. Esta herramienta nos permite brindar un servicio más personalizado, como enviar ofertas personalizadas y recomendar productos basados en el historial de compras del cliente.

### **3.9 EVALUACIÓN DE RENDIMIENTO Y KPIS**

**KPI: Porcentaje de Conversión de Ventas de "Juguete Interactivo para Mascotas con Alimento".**

Estimaremos la cantidad de personas que visitan nuestro sitio web, tiendas físicas y otros canales de venta que compran nuestros juguetes interactivos para perros con alimentos "Pet Toy". Esto nos permitirá determinar cuán efectivas son nuestras estrategias de ventas y marketing para nuestros productos.

**KPI: Boleto Promedio de Compra de Productos "Pet Toy".**

Nos ayudará a comprender mejor los hábitos de compra específicos de nuestra marca y productos al calcular el valor promedio gastado por cada cliente en una transacción al comprar nuestros productos "Pet Toy".

**KPI: Índice de Rotación de Inventario de Productos "Juguete Interactivo para Mascotas con Alimento".**

Calcularemos la velocidad con la que vendemos nuestro inventario de juguetes interactivos para perros con alimentos de "Pet Toy" en un período de tiempo específico.

Esto nos indicará la eficiencia de nuestra gestión de inventario y la demanda de nuestros productos "Pet Toy".

### **3.10. PLAN DE CONTINGENCIA**

#### **3.10.1. EVALUACIÓN DE RIESGOS**

- **Identificación de Riesgos:** Realizaremos una evaluación completa de los peligros que podrían afectar nuestras operaciones, como interrupciones en la cadena de suministro, problemas con proveedores clave y escasez de suministros esenciales.

#### **3.10.2. Planificación y Recursos**

- **Stock de Emergencia:** Mantendremos un inventario de emergencia de los suministros y materiales esenciales necesarios para crear nuestros juguetes interactivos para perros con alimentos.
- **Diversificación de Proveedores:** Identificamos y estableceremos relaciones con Múltiples proveedores para reducir la dependencia de fuentes únicas.
- **Respaldo de Datos:** Implementaremos medidas de respaldo y almacenamiento seguro de datos esenciales, incluyendo información de clientes y proveedores.

#### **3.10.3. Comunicación y Coordinación**

- **Equipo de Contingencia:** Designaremos un equipo de contingencia encargado de supervisar y coordinar las acciones en caso de una crisis.
- **Comunicación Interna:** Implementaremos un sistema de comunicación interna confiable para mantener a todos los miembros del equipo actualizados sobre las acciones requeridas.

#### **3.10.4. Responda a Una Crisis**

- **Protocolos de Acción:** Desarrollaremos protocolos de acción detallados para abordar situaciones de crisis, lo que incluye la implementación de nuestro stock de emergencia y la activación de proveedores alternativos si es necesario.
- **Evaluación Constante:** Supervisamos de cerca la evolución de la crisis y ajustaremos nuestras acciones según sea necesario para minimizar el impacto en nuestras operaciones.

### **3.10.5. Continuidad De Operaciones**

- Plan de Continuidad: Implementaremos un plan de continuidad de operaciones que establecerá los procedimientos para mantener la producción y las ventas en funcionamiento, incluso durante una crisis.
- Capacitación del Personal: Capacitamos a nuestro personal en la ejecución de este plan de continuidad para garantizar una respuesta efectiva.

### **3.10.6. Evaluación Post Crisis**

- Lecciones Aprendidas: Realizaremos una evaluación exhaustiva después de la crisis para identificar lecciones aprendidas y oportunidades de mejora en nuestro plan de contingencia.
- Actualización Continua: Basados en esta evaluación, ajustamos y mejoramos nuestro plan de contingencia de manera continua.

## **3.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones:**

El plan de operaciones de "Pet Toy" es un pilar fundamental para el éxito de la empresa al implementar tecnología de punto de venta avanzada, gestionar eficientemente el inventario y desarrollar un enfoque centrado en el cliente mediante la gestión de relaciones con el cliente (CRM). Además, se han establecido KPIs para evaluar el rendimiento y se ha creado un plan de contingencia sólido que permite a la empresa prepararse para cualquier crisis potencial.

### **Recomendaciones:**

- Para mejorar la eficiencia y experiencia del consumidor, mantenemos los avances más recientes en la tecnología de punto de venta y continuar virtualizando en ella.
- Para monitorear continuamente el desempeño y ajustar las estrategias de ventas y marketing según sea necesario, utilice los KPI.

- Suministrar la continuidad de la cadena de suministro y disminuir la dependencia única mediante la mantención de sólidas relaciones con varios proveedores.
- Para garantizar una respuesta efectiva en caso de crisis, realice simulacros y capacite al personal.
- Para estar mejor preparados en el futuro, es importante aprender de las crisis pasadas y ajustar continuamente el plan de contingencia.

## **CAPÍTULO IV: PLAN DE RRHH**

En este plan abordaremos gestionar el talento humano y las necesidades de personal en nuestra empresa, consideramos que la gestión eficaz de los recursos humanos en la empresa tiene un impacto significativo en su éxito y su capacidad para alcanzar sus objetivos comerciales.

### **4.1. ANÁLISIS EXTERNO**

#### **Factor económico:**

De esta manera, independientemente del sector económico del distrito , el cuidado de mascotas representa un gasto del presupuesto familiar de entre S/100 y S/500 mensuales en Lima Metropolitana, con un costo promedio de S/300. Hay oportunidades en este cambio, lo que hace que las habilidades humanas sean más importantes en los negocios.

#### **Factor social cultural:**

Las mascotas, como perros y gatos, han evolucionado de ser simplemente animales de compañía a ser miembros de la familia. Esto ha llevado a un aumento en la preocupación por el bienestar de las mascotas y la búsqueda de productos que mejoren su calidad de

vida, lo que incluye juguetes que los mantengan entretenidos y activos; por lo tanto, existe talento de sobra para la aceptación de puestos de trabajo en este nuestro giro.

**Factor tecnológico:**

La tecnología ha permitido a las tiendas de juguetes para mascotas expandir su alcance más allá de las ubicaciones físicas. Las tiendas en línea y las plataformas de comercio electrónico permiten a los clientes comprar juguetes para sus mascotas desde la comodidad de sus hogares, por lo tanto, debemos enfocarnos en la búsqueda de talento, esas habilidades y que se adapten a estas nuevas tecnologías.

**4.2. ANÁLISIS INTERNO****Fortalezas:**

Tener un plan que resalte de cada uno de los miembros de la empresa, una verdadera pasión por los animales y un amor genuino por las mascotas. Esto nos asegura el gran interés auténtico en ayudar a los clientes pueden elegir los juguetes apropiados para sus mascotas.

Estar pendiente de las necesidades de la organización para mantener cubiertas cada una de las plazas y asegurar que nuestro talento humano tenga conocimientos técnicos sobre juguetes interactivos para mascotas, sus características y beneficios para así ofrecer el mejor producto.

**Debilidades:**

Falta de experiencia y conocimientos específicos en la selección de personal y la industria de mascotas, lo que puede dificultar la gestión eficiente de recursos humanos.

La falta de sistemas, información modernos y eficientes puede dificultar la gestión de datos de recursos humanos, como registros de empleados y nóminas.

### 4.3. MISIÓN

Nuestra misión es consolidar un plan de RRHH efectivo que nos ayude a atraer, contratar y retener a los mejores talentos en la organización. Esto es fundamental para el desarrollo y la competitividad de la empresa. ya que el talento de calidad puede marcar la diferencia en términos de innovación, productividad y calidad del trabajo.

### 4.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo 1: Selección de personal especializado, Contratar y retener empleados con experiencia en el rubro de mascotas, con un claro entendimiento de las demandas y preferencias de los clientes y sus mascotas.

Objetivo 2: Capacitación y actualización: Proporcionar capacitación continua a los empleados sobre productos, tendencias y técnicas de venta en el mercado de juguetes para mascotas.

Objetivo 3: Estrategias de ventas y marketing: Contribuir al equipo de marketing y ventas para desarrollar estrategias que destaque nuestro producto en un mercado competitivo.

### 4.5. DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Figura 15

#### Organigrama



Esta estructura funcional cuenta con un gerente general que tomará decisiones y busca una respuesta de gestión rápida, debido a que es una empresa pequeña que recién iniciaría sus actividades. Además, todos los integrantes tienen la oportunidad de apoyar en determinados puestos de acuerdo con sus experiencias y habilidades profesionales, con una línea horizontal que comprende dos jefaturas:

Administrador de ejecuciones, con el apoyo de asistente de almacén y encargado de Marketing, que tendría a su cargo la recepción y ventas.

Por tratarse de inicio de actividades las plazas de asistente de almacén, recepción y ventas estarían a cargo de las jefaturas respectivas.

Utilizaremos un modelo empresarial específico, nos conviene mantener nuestro organigrama empresarial actual . Anticipamos un cambio a partir del tercer año.

Empezaremos ahora, Nuestra organización empresarial podría adaptarse para el desarrollo previsto, y se consideraría la creación de nuevos puestos como una asistente administrativa y nueva fuerza de ventas.

#### **4.6. DEFINICIÓN DE LOS PERFILES PROFESIONALES**

Tabla 1

<b>Gerente General</b>	
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
Denominación del puesto	Gerente general
N° de posiciones	1
Edad:	35 a 45 años
Experiencia:	3 años
Género	Hombre o Mujer
<b>1</b>	
	Será responsable de supervisar todas las operaciones y toma de decisiones estratégicas.
<b>2</b>	
	Responsable de la visión y dirección general de la empresa. Representar ante las autoridades nuestra empresa. Planificar en la empresa, los objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo. Definir y poner en práctica los planes de inversión y gastos.
<b>Nivel educativo</b>	
	Superior
<b>Grado académico</b>	
	Profesional licenciado en Administración de empresas, Marketing
<b>Conocimientos</b>	
	Gestión empresarial, finanzas, marketing y ventas
<b>Dialecto</b>	
	Inglés intermedio
<b>Competencias generales</b>	
	Un gerente general debe ser un líder efectivo que pueda inspirar y motivar al equipo. Debe establecer una visión clara y trabajar en conjunto con los empleados para alcanzar metas y objetivos.  La comunicación efectiva con el equipo, la dirección, los clientes.

<b>Jefatura de Operaciones</b>	
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
Denominación del puesto	Jefe de operaciones
N° de posiciones	1
Edad:	30 a 40 años
Experiencia:	3 años
Genero	Hombre o Mujer
<b>1</b>	
<b>1</b>	Supervisar y gestionar el inventario de productos para mascotas, asegurándose de que los niveles de stock sean apropiados para satisfacer la demanda de los clientes.
<b>2</b>	Coordinar la adquisición de productos, interactuar con proveedores y negociar términos.  Organizar y gestionar la recepción de productos, su almacenamiento y distribución dentro del almacén.
<b>Nivel educativo</b>	
	Superior
<b>Grado académico</b>	
	Profesional licenciado en Administración de empresas, Marketing
<b>Conocimientos</b>	
	Gestión de operaciones.
<b>Dialecto</b>	
	Ingles intermedio
<b>Competencias generales</b>	
	Debes tener fuertes habilidades de gestión efectiva, planificar y coordinar operaciones, y tomar decisiones estratégicas.  La capacidad de gestionar múltiples tareas y prioridades, así como cumplir con plazos, es crucial para mantener operaciones eficientes.

<b>Jefatura de Marketing</b>
------------------------------

<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
Denominación del puesto	Jefe de marketing
N° de posiciones	1
Edad:	25 a 35 años
Experiencia:	3 años
Género	Hombre o Mujer
<b>1</b>	
<b>1</b>	Elaborar una estrategia de marketing sólida que incluya la identificación de objetivos de marketing.
<b>2</b>	<p>Crear y llevar a cabo campañas publicitarias y promocionales para atraer a nuevos clientes y mantener a los que ya tenemos.</p> <p>Crear contenido de marketing, como publicaciones en redes sociales, blogs y correos electrónicos, que destaque los productos y servicios de la tienda y brinde información útil a los clientes.</p>
<b>Nivel educativo</b>	
<b>Nivel educativo</b>	Superior
<b>Grado académico</b>	
<b>Grado académico</b>	Profesional licenciado en Administración de empresas, Marketing, publicidad y relaciones públicas.
<b>Conocimientos</b>	
<b>Conocimientos</b>	Diseño Gráfico y Multimedia; Redes Sociales
<b>Dialecto</b>	
<b>Dialecto</b>	Ingles intermedio
<b>Competencias generales</b>	
<b>Competencias generales</b>	<p>La creatividad es fundamental para desarrollar campañas de marketing innovadoras y atractivas que resalten los productos para mascotas y atraigan la atención de los clientes.</p> <p>Debes tener experiencia en el uso de redes sociales para la promoción de productos y servicios, así como para interactuar con los seguidores y crear una comunidad en línea.</p>
<b>Asistente de almacén</b>	
<b>Asistente de almacén</b>	

<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
Denominación del puesto	Asistente de almacén
N° de posiciones	1
Edad:	18 a 25 años
Experiencia:	1 años
Género	Hombre o Mujer
<b>1</b>	
	Recibir y registrar la llegada de productos en el almacén. Esto puede incluir la verificación y estado de este.
<b>2</b>	
	Colocar los productos en el lugar designado en el almacén, asegurándose de que estén organizados de manera eficiente y que se evite cualquier daño.  Mantener un registro actualizado del inventario, incluyendo la cantidad y la ubicación de cada producto.
<b>Nivel educativo</b>	
	Primaria o secundaria completa
<b>Grado académico</b>	
	Estudiante técnico.
<b>Conocimientos</b>	
	Experiencia en almacenes, no indispensable.
<b>Dialecto</b>	
	Inglés, no indispensable
<b>Competencias generales</b>	
	La capacidad para organizar productos y mantener un registro preciso de su ubicación es esencial para un almacén bien gestionado  La capacidad para etiquetar productos de manera precisa y clara para su identificación rápida es importante.

<b>Recepción</b>
------------------

<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
Denominación del puesto	Recepcionista

N° de posiciones	1
Edad:	18 a 25 años
Experiencia:	1 años
Género	Mujer
<b>1</b>	
<b>1</b>	Registrar y mantener registros de pedidos.
<b>2</b>	Facilitar la comunicación entre marketing y logística Organizar la entrega de productos a domicilio con el Courier.
<b>2</b>	
<b>Nivel educativo</b>	Primaria o secundaria completa, estudios superiores
<b>Grado académico</b>	Estudiante técnico.
<b>Conocimientos</b>	Redes Sociales, experiencia en la recepción, no indispensable.
<b>Dialecto</b>	Inglés, no indispensable
<b>3</b>	
<b>Competencias generales</b>	Una recepcionista en una tienda de juguetes para mascotas debe ser amable, paciente y tener buenas habilidades de comunicación para ofrecer un servicio al cliente excepcional. También es importante estar bien informado sobre los productos y servicios de la tienda para asesorar adecuadamente a los clientes y ayudar a que tengan una experiencia positiva.

<b>Vendedor</b>	
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
Denominación del puesto	Vendedor
N° de posiciones	1
Edad:	18 a 35 años

Experiencia:	1 años
Género	Hombre o Mujer
<b>1</b>	Servir al cliente mediante chat en vivo, correo electrónico, teléfono u otros métodos de conexión para asistir a los clientes durante la compra, responda a sus preguntas y ofrezca información sobre los productos.
<b>2</b>	Presentar y vender juguetes interactivos.  Participar en la gestión de las redes sociales de la tienda para promocionar productos e interactuar con los clientes.
<b>Nivel educativo</b>	Primaria o secundaria completa, estudios superiores
<b>Grado académico</b>	Estudiante técnico.
<b>Conocimientos</b>	Manejo de redes sociales, experiencia en ventas online.
<b>Dialecto</b>	Inglés, no indispensable
<b>Competencias generales</b>	Un vendedor en línea de juguetes para mascotas debe ser competente en el uso de plataformas de comercio electrónico, tener fuertes habilidades de comunicación y ventas en línea, y estar dispuesto a proporcionar un excelente servicio al cliente en línea.

#### 4.7. Gestión del talento

##### 4.7.1. Canal de reclutamiento y selección

###### **Reclutamiento:**

El proceso de reclutamiento de futuros candidatos consistirá en que cada jefe de área debe atraer y obtener el adecuado currículum vitae para el puesto, y primero buscar bajo la modalidad de recomendación o referencia , así como en sitios web como Aptitus.com, Bumeran , LinkedIn, CompuTrabajo.

Esta recopilación de solicitudes de los candidatos podría ser en línea utilizando algún formulario o recibir currículums por correo electrónico.

Realizaremos la selección de los currículums vitae enfocados en los perfiles que necesitamos, nos limitaremos a un máximo de 10 candidatos que cumplan con los requisitos específicos del área. Posteriormente, llevaremos a cabo la preselección de los candidatos potenciales.

### **Selección:**

En la etapa de selección tendrá el siguiente flujo:

- **Revisar solicitudes:** Revisa todos los currículums en busca de candidatos que cumplan con los requisitos del puesto, así poder identificar candidatos que cumplan con los requisitos mínimos establecidos.
- **Entrevistas iniciales:** En estas entrevistas individuales o grupales se pueden incluir preguntas a los candidatos preseleccionados relacionadas con su conocimiento de los productos para perros y sus habilidades de servicio al cliente.
- **Pruebas Prácticas:** En el caso de trato con el cliente consideramos la posibilidad de que los candidatos realicen una prueba práctica, como asesorar a un cliente sobre productos para mascotas. En el caso de posiciones que demanden habilidades técnicas específicas, ejecutaremos evaluaciones prácticas o pruebas técnicas para determinar el nivel de conocimiento y desempeño de los candidatos
- **Verificación de Referencias:** Creemos que es necesario, verifique las referencias de los candidatos para obtener información adicional sobre su desempeño laboral anterior.
- **Entrevistas final y toma de decisión:** Los candidatos seleccionados pasaran una entrevista final con el Gerente General quien será responsable de seleccionar al

candidato adecuado para el puesto, tomando en consideración las evaluaciones o entrevistas dadas.

#### **4.8. Desarrollo de una política de compensaciones y beneficios**

Pet Toy aplicaría el sistema laboral especial donde fue creado con el objetivo de fomentar la formalización laboral de los trabajadores de las empresas micro y pequeñas y ayudar su progreso.

Pet Toy como microempresa cumple con la característica de tener de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.

En el ámbito de la legislación en vigor, una persona jurídica o natural se constituye en una unidad económica con el propósito de desarrollar actividades como extracción, transformación, producción, comercialización o prestación de servicios, ya sea bajo cualquier tipo de organización o gestión empresarial, se conoce como MYPE.

Se brindan numerosos beneficios a los empleados de una organización registrada bajo el régimen laboral MYPE.

Tabla 2

<b>MICRO EMPRESA</b>
Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Descanso vacacional de 15 días calendarios al año
Cada trabajador y su familia pagan S/. 30 mensuales. El Estado pagará el 50% de ese monto y el empleador o conductor de la microempresa pagará el otro 50%.
Indemnización por despido de 10 remuneraciones diarias por cada año de servicio completo, con un máximo de 90 remuneraciones diarias
No gratificaciones, No CTS, No utilidades
No SCTR

#### 4.8.1. Definición de estructura salarial

En base a las ventas y proyecciones del primer año, hemos decidido que durante el primer año, el gerente general y los jefes de área tendrán una jornada laboral de medio tiempo. Como resultado, solo se estaría considerando un pago mensual de S/. 2,000.00. El personal de planilla recibirá su salario cada quincena, dividido en 40% en la primera quincena y 60% en la segunda.

#### Resumen de cuadro de costo planilla Pet Toy

Tabla 3

Cargo	Cant	Consideración 1er año	Sueldo	Subtotal	SIS	Costo total
Gerente General	1	Rebaja	3,300.00	2,000.00	15.00	<b>2,015.00</b>
Jefe de operaciones	1	Rebaja	3,300.00	2,000.00	15.00	<b>2,015.00</b>
Jefe de Marketing	1	Rebaja	3,300.00	2,000.00	15.00	<b>2,015.00</b>
Recepcionista	1		1,400.00	1,400.00	15.00	<b>1,415.00</b>
						<b>7,460.00</b>

#### Resumen del cuadro de costo de la planilla anual de Pet Toy - Primer año

Cargo	Cant	Consideración 1er año	Sueldo	Subtotal 1er año	Meses por año	Sueldo bruto anual	Grati.	SIS	CTS	Costo total
Gerente General	1	Rebaja	3,300.00	2,000.00	12	24,000.00	-	180.00	-	<b>24,180.00</b>
Jefe de operaciones	1	Rebaja	3,300.00	2,000.00	12	24,000.00	-	180.00	-	<b>24,180.00</b>
Jefe de Marketing	1	Rebaja	3,300.00	2,000.00	12	24,000.00	-	180.00	-	<b>24,180.00</b>
Recepcionista	1		1,400.00	1,400.00	12	16,800.00	-	180.00	-	<b>16,980.00</b>
			<b>11,300.00</b>	<b>7,400.00</b>		<b>88,800.00</b>	-	<b>720.00</b>	-	<b>89,520.00</b>

Tabla 4

#### Resumen del cuadro de costo de la planilla anual Pet Toy – Segundo año

Cargo	Cant	Consideración 1er año	Sueldo	Subtotal 2do año	Meses por año	Sueldo bruto anual	Grati.	SIS	CTS	Costo total
Gerente General	1	100%	3,300.00	3,300.00	12	39,600.00	-	180.00	-	<b>39,780.00</b>
Jefe de operaciones	1	100%	3,300.00	3,300.00	12	39,600.00	-	180.00	-	<b>39,780.00</b>
Jefe de Marketing	1	100%	3,300.00	3,300.00	12	39,600.00	-	180.00	-	<b>39,780.00</b>
Recepcionista	1	100%	1,400.00	1,400.00	12	16,800.00	-	180.00	-	<b>16,980.00</b>
			<b>11,300.00</b>	<b>11,300.00</b>		<b>135,600.00</b>	-	<b>720.00</b>	-	<b>136,320.00</b>

## **4.9. DESARROLLO DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO**

### **4.9.1. Programas de capacitaciones**

Acuerdo con las necesidades y perfil del puesto, los colaboradores recibirán capacitación que les posibilitará adquirir conocimientos más amplios sobre algún tema relevante o relacionado con las funciones del puesto, resultando en un colaborador más capacitado con herramientas nuevas aprovechó para aplicar lo que será beneficioso para la mejora de los procesos y beneficio para la organización:

Gerente General - Existen varias universidades, escuelas de negocios o centros especializados como la cámara de comercio que ofrecen cursos o seminarios de actualización para ejecutivos sobre temas como administración, finanzas, operaciones, marketing y estrategias entre otros.

Administrador de Ejecuciones - En varias universidades, escuelas de negocios o centros especializados, se ofrecen cursos o seminarios sobre actualización y especialización en operaciones, gestión de proyectos, gestión de cadena de suministro, gestión de sistemas de información y ERP, gestión de proyectos ágiles (como Scrum o Kanban), entre otros.

Encargado de Marketing. - En varias universidades, escuelas de negocios o institutos especializados como Toulouse Lautrec, se imparten cursos o seminarios de actualización y especialización para ejecutivos de marketing, estrategias de marketing, atención al cliente, marketing digital y de contenidos, publicidad en redes sociales entre otros.

Asistente de almacén – Pequeños cursos sobre control de inventarios, manipulación de productos, empaquetado y etiquetado entre otros que se dicten en diversos institutos técnicos como SENATI o TECSUP.

Recepcionista – Pequeños cursos sobre atención y servicio al cliente entre otros que se dicten en diversos institutos técnicos como SENATI o TECSUP.

Vendedor – Pequeños cursos sobre técnicas de ventas entre otros que se dicten en diversos institutos técnicos como CIBERTEC o TECSUP

#### **4.9.2. Desarrollo de un plan de retención del talento**

En Pet Toy creemos que un plan de desarrollo de retención del talento es esencial para mantener a tus empleados motivados y comprometidos en una tienda virtual de juguetes para mascotas. Para esto hemos evaluado ciertos pasos:

**Evaluación de la Situación Actual:** Realizar una evaluación de la situación actual de su equipo de trabajo, con la finalidad de identificar los factores que pueden estar contribuyendo a la rotación y la insatisfacción laboral.

**Desarrollo de Políticas de Recursos Humanos:** Crear políticas y procedimientos que fomenten un ambiente de trabajo positivo, incluyendo horarios flexibles, oportunidades de teletrabajo y políticas de conciliación entre el trabajo y la vida personal.

**Ofrecer Oportunidades de Desarrollo Profesional:** Proporcionar programas de capacitación y desarrollo para tus empleados. Esto puede incluir capacitación en productos para mascotas, habilidades de servicio al cliente, marketing digital y gestión de tiendas en línea.

**Reconocimiento y Recompensas:** crear un método de incentivos y reconocimiento para identificar el rendimiento sobresaliente de nuestros colaboradores. Esto puede incluir recompensas y bonificaciones.

**Fomentar la comunicación:** Establecer canales abiertos de comunicación entre las jefaturas y los empleados, para esto realizaremos encuestas de satisfacción y retroalimentación regularmente para comprender sus necesidades y preocupaciones.

#### **4.10. INDICADORES Y SEGUIMIENTO**

Seleccionar los indicadores clave de desempeño (KPIs) adecuados es fundamental para medir el éxito de tu plan de Recursos Humanos. Estos KPI deben estar alineados con los objetivos estratégicos de nuestra organización. Por lo tanto, hemos considerado los más relevantes y que se adecuan más a nuestro plan:

**Tiempo promedio de contratación:** Este indicador nos ayudará a determinar cuánto tiempo lleva el proceso de contratación, desde que se publica la oferta de trabajo hasta que se contrata al nuevo empleado. La prolongación del tiempo de contratación puede indicar deficiencias en el proceso.

**Índice de satisfacción de los empleados:** Esto puede medirse a través de encuestas de satisfacción de los empleados o retroalimentación continua. Una mayor productividad y retención de empleados suelen estar relacionadas con un alto índice de satisfacción.

**Ausentismo laboral:** Mide la cantidad de días que los empleados faltan al trabajo por diversas razones. Un alto índice de ausentismo puede ser un indicador de problemas en el ambiente de trabajo.

**Desarrollo y capacitación:** Puedes medir el porcentaje de empleados que han participado en programas de desarrollo y capacitación. Esto puede estar relacionado con el crecimiento y la promoción interna.

**Productividad por empleado:** Mide la productividad de cada empleado, ya sea en términos de ventas, proyectos completados, o cualquier otra métrica relevante para tu organización.

**Clima laboral:** Realiza encuestas o evaluaciones regulares para evaluar el clima laboral y la satisfacción del personal. Esto puede ayudar a encontrar áreas que necesitan mejorar.

#### **4.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

##### **Conclusión:**

La gestión de recursos humanos de Pet Toy ha creado un proceso de contratación y selección efectiva, así como una política de compensación y beneficios que se ajusta al régimen laboral especial de MYPE, lo que crea un marco sólido para la gestión del personal. Además, a través de programas de capacitación, reconocimiento y comunicación abierta, se enfatiza el desarrollo y retención del talento. Para evaluar y mejorar continuamente el campo de los recursos humanos, se han seleccionado cuidadosamente los indicadores clave de desempeño.

##### **Recomendaciones:**

- Mantenga una comunicación fluida con los empleados para comprender sus necesidades y preocupaciones.
- Observar de cerca el tiempo promedio de contratación para detectar ineficiencias.
- Implementar un sistema de reconocimiento y recompensas para motivar a los empleados.
- Realizar evaluaciones regulares del clima laboral para encontrar áreas de mejora y mantener un ambiente laboral positivo.

- Ayudar a los empleados a participar en programas de formación y desarrollo para fomentar el crecimiento interno y su mejora profesionalmente.
- Evaluar y mejorar continuamente la gestión de recursos humanos mediante el seguimiento regular de los indicadores clave de desempeño (KPIs).

## **CAPÍTULO V: PLAN DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN**

### **5.1. RESUMEN EJECUTIVO DE TIC**

#### **Descripción Breve de la Estrategia de TIC**

La estrategia de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) de "Pet Toy" se enfoca en mejorar la eficiencia operativa y aumentar la satisfacción del cliente mediante una transformación digital integral. Buscamos mejorar la experiencia del cliente en el mercado de juguetes interactivos para perros que consumen alimentos mediante la adopción de tecnologías avanzadas y la optimización de la infraestructura tecnológica. Esto incluye productos digitales que facilitan la gestión de pedidos, mejoran la comunicación interna y permiten a nuestros clientes interactuar más a través de plataformas en línea y herramientas de análisis de datos. Nuestra estrategia TIC refleja nuestro compromiso de mantenernos a la vanguardia de la industria y ofrecer un valor excepcional a nuestros clientes.

#### **Objetivos Clave de TIC**

Nuestro enfoque de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para "Pet Toy" se centra en lograr una transformación digital completa que impulse la productividad operativa y la satisfacción del cliente en el mercado de juguetes interactivos para perros

que consumen alimentos. Para alcanzar este objetivo, hemos establecido los siguientes objetivos clave:

### **Transformación Digital Personalizada**

Objetivo: Realizar una transformación digital adaptada a las necesidades de "Pet Toy", que incluye la automatización de procesos internos, la integración de sistemas y la implementación de soluciones avanzadas de comercio electrónico. Nuestros clientes tendrán una experiencia de compra excepcional como resultado de esto.

### **Eficiencia Operativa y Reducción de Costos**

Objetivo: Mejorar la eficiencia operativa de "Pet Toy" mediante la optimización de procesos y la gestión de inventario en tiempo real. Para aumentar la rentabilidad en el mercado de venta de artículos para mascotas, buscamos reducir los costos operativos.

### **Seguridad y privacidad de datos**

Objetivo: garantizar que los datos de nuestros clientes estén seguros y protegidos de amenazas cibernéticas. En el mercado de juguetes interactivos para perros con alimentos, implementamos medidas de seguridad avanzadas para proteger los datos privados.

### **Experiencia del cliente mejorada**

Objetivo: Continuar mejorando la experiencia del cliente de "Pet Toy" a través de la optimización de la plataforma de comercio electrónico, la personalización del contenido y la atención al cliente en línea. Nuestro objetivo es brindar un servicio de primer nivel que aumente la fidelidad de nuestros clientes.

Estos objetivos de TIC específicos están destinados a llevar a cabo una transformación digital al mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente en el mercado de venta de artículos para mascotas.

## **5.2 INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA**

### **5.2.1 Descripción de la empresa**

Una empresa líder en la industria de productos para mascotas, "Pet Toy" se especializa en la venta de juguetes interactivos para perros con alimentos. Además, ofrece una amplia gama de bienes y servicios relacionados con la industria del cuidado, la alimentación y el bienestar de las mascotas. Nuestro negocio se enfoca en satisfacer las necesidades de los dueños y las mascotas, promoviendo la salud, la felicidad y la diversión de los amigos peludos. En "Pet Toy", valoramos la calidad, la seguridad y la satisfacción del cliente, brindando una experiencia de compra personalizada y productos de alta calidad que contribuyen al bienestar de las mascotas.

### **5.2.2. Misión y Visión**

Misión de Pet Toy: A través de juguetes interactivos con alimentos de alta calidad y servicios excepcionales que fomentan la diversión y el bienestar, en Pet Toy nos dedicamos a mejorar la vida de tus mascotas y la tuya propia.

Visión de Pet Toy : Reconocidos por la excelencia en la calidad de nuestros productos y la pasión con la que cuidamos a tus mascotas, nos esforzamos por ser líderes en la industria de juguetes interactivos para perros con alimentos. Nuestro objetivo es ser el preferido de los amantes de perros de toda Lima Metropolitana.

### **5.2.3. Objetivos del negocio**

Nuestro objetivo en Pet Toy es establecernos como líderes en el mercado de productos para mascotas y mejorar la calidad de vida de los animales y sus dueños. Para lograrlo, hemos establecido los objetivos comerciales siguientes:

Ampliación del Portafolio de Productos Pet Toy : Nos dedicamos a ampliar y diversificar nuestra línea de productos para incluir una amplia gama de juguetes interactivos para perros que incluyen alimentos. Siempre estamos innovando y brindando productos que satisfacen las necesidades y preferencias de nuestros clientes.

Desarrollar y mantener una plataforma de comercio electrónico: altamente eficiente y amigable con el cliente que permita a los amantes de las mascotas comprar cómodamente y de manera segura nuestros productos Pet Toy en línea.

Compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social de Pet Toy: Nos enorgullecemos de seguir los estándares de sostenibilidad cuando fabricamos y distribuimos nuestros productos para perros. Como parte de nuestra responsabilidad social corporativa, buscamos oportunidades para contribuir positivamente a la comunidad y al medio ambiente.

Nuestro objetivo es expandirnos: La alegría y el entretenimiento que brindan nuestros juguetes interactivos Pet Toy a nuevos mercados geográficos. Para expandir nuestra presencia y nuestra marca Pet Toy, aprovecharemos las oportunidades de crecimiento en la industria de productos para mascotas.

### **5.3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y EL MERCADO**

Nuestra empresa de juguetes interactivos con alimentos para perros, Pet Toy, necesita análisis de mercado e industria. Esto nos ayuda a comprender las tendencias del mercado de productos para mascotas . y adaptar nuestra estrategia para seguir siendo líderes en calidad e innovación.

#### **5.3.1. Tendencias en la industria de comercio electrónico de productos para mascotas**

Crecimiento del Comercio Electrónico: Observamos un crecimiento constante en el comercio electrónico de productos para mascotas, impulsado por la comodidad y la amplia gama de opciones para los consumidores. Aprovechamos esta tendencia en Pet Toy para ofrecer a nuestros clientes la oportunidad de comprar fácilmente nuestros juguetes interactivos con alimentos para perros en nuestro sitio web.

Personalización y Experiencia del Cliente: Reconocemos que la personalización del producto y la mejora de la experiencia del cliente son esenciales para aumentar la fidelidad del cliente en el mercado de productos para mascotas. Nuestro objetivo en Pet Toy es brindar a nuestros clientes opciones de personalización en nuestros juguetes y brindar una experiencia de compra en línea excepcional que satisfaga las necesidades y preferencias de nuestros clientes.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Ante la creciente conciencia ambiental y social de los consumidores, nos comprometemos a satisfacer la necesidad con nuestro productos con un enfoque en la responsabilidad social corporativa . En Pet Toy, adoptamos prácticas sostenibles en la venta en línea de nuestros productos y, a través de nuestras operaciones de comercio electrónico, buscamos contribuir positivamente a la comunidad y al medio ambiente.

### **5.3.2. Análisis de la competencia en línea**

Pet Toy identifica a varios competidores clave que influyen en el mercado de comercio electrónico de productos para mascotas. Estos incluyen empresas consolidadas que venden una amplia gama de artículos para mascotas, así como empresas más enfocadas en juguetes y dispositivos interactivos. Entre los rivales destacados se encuentran:

- **Pet Supreme:** Es una empresa bien establecida que vende una amplia gama de artículos para mascotas, incluidos juguetes interactivos.
- **Interactive Pet Shop:** Es un rival directo en el mercado de juguetes interactivos para mascotas.
- **PetEco:** Es una empresa que se enfoca en la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad al producir productos para mascotas.

Benchmarking Competitivo: Realizamos un análisis competitivo en varias áreas clave para evaluar nuestra posición en el mercado en comparación con los competidores;

- Precios: Pet Toy ofrece precios competitivos en línea con los principales competidores. Nuestro objetivo es ofrecer juguetes interactivos con alimentos para perros de alta calidad a un precio razonable.
- Calidad de Productos: Nos enorgullece ofrecer productos de alta calidad que cumplen con rigurosos estándares de seguridad y durabilidad. Esto nos equipara con rivales como Interactive Pet Shop y Pet Supreme.
- Servicio al Cliente: Brindamos asistencia individualizada para satisfacer las necesidades y responder las preguntas de los clientes .
- Estrategias de Marketing: Estamos comprometidos con estrategias de marketing innovadoras que incluyen colaborar con influencers, producir contenido valioso contenido para nuestros clientes y utilizar las redes sociales para promocionar nuestros productos
- Personalización: Ofrecemos opciones de personalización en nuestros productos, lo que nos distingue de nuestros competidores y nos acerca a las tendencias actuales del mercado.

### **5.3.3. Perfil del cliente objetivo**

Nuestro plan de marketing para Pet Toy, nuestros juguetes interactivos con alimentos para perros, depende de la segmentación de clientes. Identificamos a clientes de entre 19 y 45 años, de ambos géneros, en la región metropolitana de Lima, particularmente en Lima Moderna. Se ocupan de sus perros y llevan una vida ocupada en las oficinas o departamentos. Nuestros productos combinan diversión y nutrición, y brindamos una experiencia de compra en línea cómoda.

Los clientes ideales para Pet Toy: Nuestro cliente ideal es una persona de entre 19 y 45 años, de ambos sexos y residente en la ciudad moderna de Lima Metropolitana, que busca productos que combinen diversión y nutrición para sus perros, priorizando su bienestar y felicidad. Debido a sus horarios ocupados y la adaptabilidad de nuestra plataforma de comercio electrónico a su estilo de vida, prefiere las compras en línea.

#### **5.4. ESTRATEGIA DE TIC**

La alineación de los objetivos tecnológicos con los objetivos comerciales es parte de la estrategia de TIC de Pet Toy. Esto incluye estrategias específicas para el desarrollo web, el marketing digital y la gestión de datos y la seguridad.

##### **5.4.1. Objetivos de tic alineados con los objetivos comerciales**

**Integración de Objetivos:** Nuestra estrategia TIC en Pet Toy está completamente relacionada con nuestros objetivos comerciales. Usamos tecnología para aumentar las ventas y el número de clientes que tenemos. Por ejemplo, implementamos sistemas de comercio electrónico interesado para aumentar las ventas en línea y sistemas de gestión de clientes para mejorar la retención y el crecimiento de nuestros clientes.

**Medición de Resultados:** En Pet Toy, establecemos métricas necesarias para evaluar cómo nuestra estrategia de TIC contribuye a nuestros objetivos comerciales, incluidos nuestros KPI específicos. Esto nos permite evaluar el impacto de nuestra tecnología en campos como las ventas y la adquisición de clientes. Además, revisamos y ajustamos estas métricas con frecuencia para asegurarnos de que nuestra estrategia de TIC siempre esté en línea con nuestros objetivos comerciales en constante cambio, lo que nos permite tomar decisiones inteligentes y optimizar continuamente nuestros resultados.

#### **5.4.2. Estrategia de desarrollo web**

Plataforma Tecnológica: La selección de tecnologías y plataformas que se adaptan perfectamente a nuestras necesidades es el enfoque principal de nuestra estrategia de desarrollo web en Pet Toy. Para asegurarnos de que nuestro sitio web pueda crecer y evolucionar junto con nuestro negocio, elegimos soluciones escalables y altamente personalizables. Esto nos permite mantenernos ágiles y ofrecer a nuestros clientes una buena información de compra en línea.

Experiencia del Usuario (UX): La experiencia del usuario es crucial en Pet Toy. Nos esforzamos por crear un sitio web que brinde a nuestros clientes una experiencia de usuario excepcional. Esto incluye una navegación fácil de usar que ayuda a los visitantes a localizar y comprar nuestros juguetes interactivos con alimentos para perros. Además, garantizamos que el sitio sea accesible desde cualquier dispositivo gracias a su diseño responsivo y optimizamos continuamente el rendimiento para asegurarnos de que las páginas se carguen de manera rápida y eficiente. Finalmente, nuestra estrategia de desarrollo web se centra en hacer que la compra en línea sea tan divertida como jugar con uno de nuestros productos.

#### **5.4.3. Estrategia de marketing digital**

Segmentación de Audiencia: La segmentación efectiva de la audiencia es la base de nuestra estrategia de marketing digital en Pet Toy. Según los rasgos y comportamientos, esto implica dividir a nuestros clientes potenciales en grupos específicos. Por lo tanto, podemos adaptar el contenido y las campañas a cada grupo. En Lima Metropolitana, por ejemplo, dividimos a los amantes de los perros en grupos según la edad, el tipo de perro y las preferencias de compra. Esto nos permite ofrecer mensajes y productos adaptados a cada segmento de mercado.

Integración de canales: Nuestra estrategia de Pet Toy requiere la integración de varios canales de marketing. Para brindar a nuestros clientes una experiencia omnicanal efectiva, utilizamos redes sociales, correo electrónico y publicidad en línea. Esto garantiza que nuestros anuncios y mensajes sean relevantes en todas las interacciones con los clientes, ya sea en las redes sociales, en sus bandejas de correo electrónico o en los anuncios en línea. Al generar una experiencia de marca unificada y permitir que nuestros clientes interactúen con nosotros de la manera que prefieren, esto mejora la eficacia de nuestras estrategias de marketing digital.

#### **5.4.5. Estrategia de gestión de datos y seguridad**

Política de Privacidad y Cumplimiento: Para proteger la información de nuestros clientes y asegurarnos de cumplir con todas las regulaciones pertinentes, en Pet Toy establecemos políticas y procedimientos sólidos de privacidad de datos y cumplimiento normativo. Esto incluye medidas para proteger la confidencialidad de los datos personales de nuestros clientes.

Monitoreo Continuo: En Pet Toy, implementamos un sistema de monitoreo continuo de seguridad y sistemas para identificar y mitigar amenazas cibernéticas. Esto nos permite detectar y abordar rápidamente cualquier intento de acceso no autorizado o actividad sospechosa que pueda poner en peligro la seguridad de los datos de nuestros clientes. Mantener la integridad y la seguridad de la información de nuestros clientes es nuestra prioridad en todo momento.

### **5.5. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA**

El éxito de Pet Toy, en nuestra empresa y producto dependerá de la infraestructura tecnológica. Gracias a esta infraestructura, podemos administrar nuestras operaciones de

manera eficiente, proteger nuestros datos y brindar un servicio al cliente excepcional. La infraestructura tecnológica se compone de los siguientes componentes principales:

### **5.5.1. Requisitos de Hardware y Software**

#### **Hardware:**

**Ordenadores y Dispositivos:** En Pet Toy, nos aseguramos de que nuestro equipo tenga computadoras y dispositivos nuevos. Esto nos garantiza que cumplimos con los requisitos mínimos del software que utilizamos, lo que es esencial para mantener nuestras operaciones funcionando de manera eficiente.

**Servidores:** Analizamos cuidadosamente si un servidor local es necesario o si aprovecharemos los servicios de servidor en la nube es más conveniente. Esta decisión se toma en función de la escalabilidad y la seguridad, lo que nos permite brindar un servicio confiable a nuestros clientes.

**Redes y Conectividad:** Pet Toy tiene una conexión estable y de alta velocidad. Esto es esencial para evitar interrupciones en nuestras operaciones, que nos permitirá brindar un servicio continuo y efectivo a nuestros clientes.

#### **Software:**

**Sistema Operativo:** Estaremos escogiendo con cuidado nuestro sistema operativo que mejor se adapta a nuestras necesidades comerciales de Pet Toy. Esta elección, ya sea Windows, macOS o Linux, tiene un impacto en la estabilidad y seguridad de nuestras operaciones.

**Software de Gestión:** En Pet Toy, utilizaremos un software de gestión comercial para tareas como relaciones con los clientes, gestión de inventario y contabilidad. Utilizamos soluciones como QuickBooks, Microsoft Dynamics y Odoo para mantener un control preciso de nuestras operaciones y brindar un servicio de alta calidad a nuestros clientes.

**Software de Punto de Venta (POS):** Desarrollaremos un sistema de POS que nos permite procesar transacciones tanto en línea como en nuestra tienda física. Square, Shopify POS y Lightspeed son algunos de los sistemas POS que utilizamos. Gracias a esta implementación, podemos brindar a nuestros clientes una compra sin problemas ya sea en línea o en nuestra tienda física.

### **5.5.2. Selección De Plataformas y Herramientas**

Selección de Nuestras Plataformas y Herramientas para Pet Toy :

Para asegurarnos de que nuestra empresa funcione de manera eficiente, en Pet Toy hemos seleccionado cuidadosamente nuestras plataformas y herramientas:

**E - commerce:** Para administrar nuestra tienda en línea, hemos optado por utilizar una plataforma de comercio electrónico confiable y robusta. Por lo tanto, Shopify es nuestra opción preferida porque nos permite ofrecer a nuestros consumidores una experiencia de compra en línea de buena calidad.

**Gestión de Inventarios:** Estaremos pronto optando por TradeGecko como nuestro sistema de gestión de inventario en Pet Toy. TradeGecko nos ofrece una solución completa que incluye informes detallados, gestión de pedidos, integración con aplicaciones de contabilidad y comercio electrónico, y seguimiento de inventario en tiempo real. Para su plan más básico, su precio comienza alrededor de S/.15 al mes .

*Figura 16: Referencia del Plan para Sistema de gestión de inventario*



Fuente: <https://www.tradegecko.com/>

**Comunicación y Colaboración:** En Pet Toy, implementaremos un sitio web de comercio electrónico utilizando la plataforma Shopify, que es versátil y fácil de usar. Nuestros clientes tendrán una experiencia de compra satisfactoria con esta solución, que se adapta a todos los dispositivos móviles, tiene una pasarela de pago integrada, un libro de reclamaciones y funciones interactivas de WhatsApp. Para el desarrollo y mantenimiento mensual, el "Plan Básico" de Shopify cuesta \$29 por mes.

Figura 17: Referencia Comunicación y Colaboración del Correo Electrónico



Fuente: <https://www.shopify.com/>

### 5.5.3. Alojamiento Web y Servidores

Para garantizar un rendimiento óptimo y la seguridad de nuestros servicios, en Pet Toy hemos tomado decisiones estratégicas con respecto a nuestro alojamiento web y servidores:

**Alojamiento de Sitios Web:** Hemos optado por un proveedor de alojamiento web confiable para alojar nuestro sitio web de comercio electrónico, que cumple con nuestros estándares de velocidad, seguridad y soporte técnico excepcionales. Nuestro favorito es SiteGround, que ofrece a nuestros clientes una experiencia de compra online fluida y segura.

**Servidores en la Nube:** Para la ejecución de aplicaciones y el almacenamiento de datos, utilizaremos la tecnología de servidores en la nube. Para asegurar su disponibilidad y la escalabilidad de nuestros servicios en línea, en particular, confiamos en Amazon Web Services (AWS). Como resultado de esta decisión, podemos mantener una operación fluida y un acceso eficiente a nuestros datos.

#### **5.5.4. Integración De Sistemas**

La integración de sistemas es una parte importante de nuestra estrategia de tecnología de la información y comunicación para Pet Toy. Para garantizar que nuestros clientes tengan la mejor experiencia posible, es fundamental que nuestros sistemas estén perfectamente sincronizados. Nos enorgullece proporcionar juguetes interactivos con alimentos de alta calidad para perros.

**APIs y Conexiones:** Hemos investigado y aprovechado las APIs disponibles para conectar nuestra plataforma tiene como objetivo brindar la mejor experiencia posible a nuestros consumidores. Esto incluye la integración de nuestro software de gestión de inventario con nuestra plataforma de comercio electrónico. Actualizaremos automáticamente nuestro inventario en tiempo real cuando un cliente realiza una compra. Esto significa que los clientes pueden evitar ser decepcionados al ver de inmediato si un producto está disponible.

**Automatización:** También adoptaremos la automatización para garantizar la eficiencia de nuestras operaciones. TradeGecko ha demostrado ser una herramienta útil para hacer que nuestras tareas repetitivas sean más fáciles de realizar. Por ejemplo, cuando se coloca un pedido a través de nuestro sitio web, se actualizará automáticamente en nuestro sistema de gestión, lo que reducirá el tiempo y evitará errores manuales.

**Seguridad de Datos:** La protección de sus datos es siempre una prioridad absoluta en Pet Toy. Para salvaguardar los datos de nuestros clientes, empleamos cifrado extremo en todas nuestras integraciones y la autenticación de dos factores garantiza que solo los usuarios autorizados puedan acceder a los datos. Esto es especialmente crucial porque nuestros clientes confían en nosotros para proporcionar productos de alta calidad y seguros para sus mascotas, y queremos mantener esa confianza en cada interacción.

## **5.6. DESARROLLO DEL SITIO WEB**

El desarrollo del sitio web de Pet Toy es brindar una experiencia de usuario increíble, independientemente del dispositivo que utilice. Nuestro enfoque en la velocidad, la eficiencia y el contenido visual destaca nuestra dedicación a la satisfacción del cliente y la calidad de nuestros juguetes interactivos con alimento para perros.

### **5.6.1 Diseño y Desarrollo del Sitio Web**

**Diseño de interfaz de usuario (UI) para Pet Toy:** Nuestra interfaz de usuario será cuidadosamente diseñada para transmitir la vitalidad de Pet Toy. Cada detalle, desde la disposición hasta los colores, está diseñado para brindar una experiencia visual atractiva y mostrar nuestra marca. Queremos que nuestros visitantes se sientan atraídos por la claridad del diseño y la facilidad de navegación, brindándoles un tiempo agradable mientras exploran nuestros juguetes interactivos con alimentos para perros.

**Desarrollo Front-End y Back-End de Alto Rendimiento:** Nuestro sitio web tendrá un back-end sólido y un front-end atractivo. El front-end prioriza el rendimiento y la funcionalidad para garantizar una navegación sin problemas. Construiremos una base sólida en el back-end que respalda todas las operaciones de Pet Toy. Esto permitirá a nuestros clientes y visitantes usar nuestros juguetes interactivos con alimento para perros de manera eficiente y fácil de usar.

**Página creada ficticia :** <https://pettoy.com>

**Versión web para computadoras:**

*Figura 18: Referencia de nuestro Sitio Web (versión para computadoras)*



*Fuente: Elaboración propia*

### 5.6.2. Experiencia del Usuario (UX)

**Investigación de Usuarios Personalizada:** Para comprender las necesidades y preferencias de nuestros clientes, que valoran la comodidad y el bienestar de sus perros, en Pet Toy realizamos una investigación exhaustiva de los usuarios.

**Usabilidad Prioritaria:** La experiencia de usuario es crucial para nosotros. Nuestro sitio web es fácil de navegar porque tendrá una estructura lógica de páginas y una disposición de elementos fácil de entender. Esto ayudará a los visitantes a explorar y comprar nuestros juguetes interactivos con alimento para perros.

**Optimización Integral:** Para asegurarnos de que cada usuario tenga una experiencia placentera y sin complicaciones en nuestro sitio web, hemos optimizado los tiempos de carga y garantizado la accesibilidad.

### **5.6.3. Funcionalidades Del Sitio**

**Catálogo de Productos Especializados:** En Pet Toy, ofrecemos un catálogo de productos organizado y completo que incluye información detallada sobre cada artículo, especialmente diseñado para el entretenimiento y la nutrición de tus mascotas. Además, hemos agregado filtros de búsqueda y categorización para hacer que la búsqueda sea aún más fácil.

**Carrito de Compras Eficiente:** Nuestros clientes podrán seleccionar y administrar fácilmente los productos que desean adquirir antes de pagar con un carrito de compras eficiente. Esto garantiza una experiencia de compra fácil.

**Opciones de Pago Seguras y Variadas:** En Pet Toy, priorizamos la seguridad y la comodidad de nuestros clientes. Por lo tanto, hemos habilitado una variedad de métodos de pago en línea, incluidos pagos móviles, transferencias bancarias y tarjetas de crédito. Nuestros clientes pueden disfrutar de una compra segura y flexible con esto.

### **5.6.4. Optimización Para Dispositivos Móviles**

**Diseño Responsivo:** En Pet Toy, estamos desarrollando un diseño que se adapta automáticamente a cualquier dispositivo, ya sea un teléfono inteligente, tableta o computadora de escritorio. Esto garantizará que nuestros clientes tengan una experiencia de usuario consistente y agradable, independientemente del dispositivo que utilicen para explorar y comprar nuestros juguetes interactivos con alimentos.

**Pruebas en Dispositivos Móviles:** Realizamos pruebas exhaustivas en una variedad de teléfonos inteligentes y tabletas para asegurarnos de que la experiencia en dispositivos

móviles sea impecable. Esto nos ayuda a encontrar y resolver cualquier problema potencial con la visualización o el rendimiento de estas plataformas. Nuestro objetivo es que nuestros clientes puedan acceder y disfrutar de nuestros productos con la misma facilidad y calidad desde cualquier lugar.

## **5.7. MARKETING DIGITAL Y ESTRATEGIA ONLINE**

Nuestro éxito en la industria de juguetes interactivos con alimentos para perros se basa en nuestra estrategia de marketing digital y presencia en línea. Nos mantenemos a la vanguardia de la innovación en el cuidado de mascotas a través de contenido de alta calidad, publicidad en línea, redes sociales, optimización de motores de búsqueda y correo electrónico. Nuestro enfoque no solo fomentará el crecimiento de Pet Toy , sino que también fortalecerá nuestra relación con los amantes de las mascotas en todo el mundo.

### **5.7.1 Estrategia de Marketing en Redes Sociales**

**Identificación de Plataformas Relevantes:** Para asegurarnos de que nuestro mensaje llegue al público adecuado, investigamos y seleccionamos cuidadosamente las plataformas de redes sociales más relevantes. Enfocamos nuestro contenido en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter para adaptarlo al comportamiento y preferencias de nuestra audiencia. Esto contribuye a la formación de una sociedad de amantes de mascotas sólida y dedicada.

**Creación de Contenido Atractivo:** Nuestro contenido en redes sociales tiene como objetivo inspirar, divertir y enseñar. Presentamos nuestros nuevos juguetes interactivos con alimentos para perros a través de publicaciones regulares, imágenes y videos de alta calidad. Utilizamos estrategias para promocionar productos, destacando sus ventajas para los animales de compañía y generando valor para nuestros seguidores. Fomentamos la

participación y la lealtad de nuestros clientes manteniendo un diálogo activo con nuestra audiencia.

### **5.7.2 Publicidad en Línea (google ads, facebook ads)**

La estrategia de marketing en línea de Pet Toy se centra en dos pilares clave:

**Campañas Publicitarias Segmentadas:** Somos conscientes de la importancia de dirigir nuestras campañas publicitarias de manera precisa y efectiva. Para lograrlo, desarrollamos campañas publicitarias altamente segmentadas que definen a nuestro público objetivo de manera detallada. Esto nos permite distribuir nuestros innovadores juguetes . interactivos para perros con alimentos a las personas que realmente los necesitan. Para garantizar un retorno de inversión óptimo, establecemos objetivos de conversión claros y asignamos presupuestos adecuados.

**Seguimiento y Análisis de Datos:** nos aseguramos de que ningún dato fuera dejado al azar. Para optimizar el rendimiento de nuestras campañas, monitoreamos y analizamos constantemente los datos. Examinamos métricas importantes como las tasas de clics (CTR) y las tasas de conversión para determinar qué funciona y qué no. Asegurando que cada inversión en publicidad se traduzca en resultados tangibles, esta información nos permite tomar decisiones informadas y ajustar nuestras estrategias en tiempo real.

### **5.7.3 SEO (optimización de motores de búsqueda)**

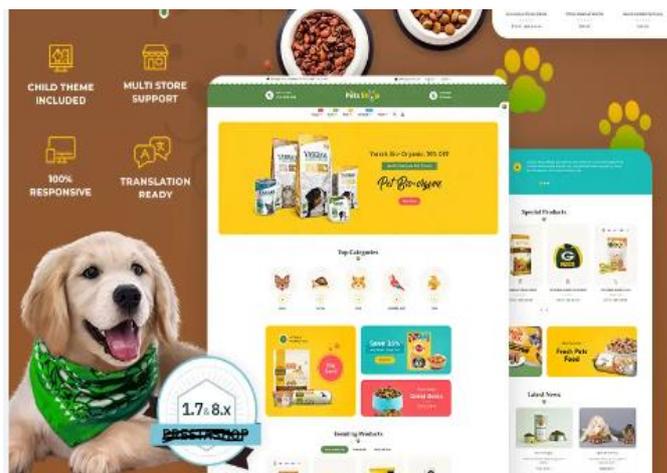
En Pet Toy, entendemos que la visibilidad en línea es esencial para llegar a los amantes de las mascotas que buscan productos de alta calidad. Nuestro enfoque de optimización de motores de búsqueda se centra en destacar nuestros juguetes interactivos con alimentos de alta calidad. Aquí te damos una explicación de cómo lo hacemos:

**Investigación de Palabras Clave Personalizadas:** Realizamos una investigación completa de palabras clave específicas para nuestro producto y empresa. Esto permite a

nosotros determinar los problemas con sus palabras que nuestros clientes potenciales necesitan mientras buscan soluciones para el entretenimiento y nutrición de sus mascotas. Al utilizar estas palabras clave para optimizar nuestro contenido, aseguramos que nuestro sitio web aparecerá en los resultados de búsqueda relevantes.

**Optimización On-Page y Off-Page para Nuestra Marca:** Usaremos técnicas de optimización on-page para mejorar elementos como meta descripciones, encabezados y URL en el sitio web de Pet Toy, lo que ayudará a los motores de búsqueda y entender la relevancia de nuestros productos. Además, trabajaremos en estrategias off-page para mejorar nuestra presencia en línea colaborando con sitios web relacionados con productos para perros y mascotas.

Figura 19: Referencia On-Page y Off-Page para Nuestra Marca



Fuente: Imagen de Referencia

### 5.7.4 Estrategia de Contenido

En Pet Toy sabemos que proporcionar contenido valioso y relevante es esencial para mantener a nuestros clientes comprometidos y atraer nuevos amantes de los perros. Nuestro enfoque de contenido es mejorar la vida de los perros y sus dueños. Aquí te damos una explicación de cómo lo logramos:

**Contenido Personalizado:** Calendario editorial que atiende las necesidades de nuestros clientes, cubriendo temas relevantes como consejos para el cuidado de perros y las

ventajas de nuestros juegos interactivos de comida. Resaltamos cómo nuestros productos mejoran la vida de los perros y respondemos a las preocupaciones de nuestra audiencia.

**Diversificación de Contenido:** ofrecemos una amplia gama de contenidos, desde blogs hasta vídeos y contenido interactivo, para llegar a un público variado. Esta diversidad destaca la calidad, la diversión y la innovación de nuestros productos . y satisface diferentes estilos de aprendizaje.

## **5.8. GESTIÓN DE DATOS Y SEGURIDAD**

En Pet Toy, cumplimos con las regulaciones vigentes y protegemos los datos de nuestros clientes y a su vez de nuestros productos:

### **Bases de Datos Centralizadas para Almacenar Datos de Clientes y Productos:**

Hemos creado bases de datos centralizadas y seguras en Pet Toy que almacenan de manera organizada y eficiente los datos de nuestros valiosos clientes, así como información sobre nuestros productos. Esta solución es esencial para brindar un servicio excepcional porque nos permite tener acceso a una información actualizada en cualquier momento. En Pet Toy, nuestra prioridad es proteger y asegurar los datos de nuestros consumidores.

**Sistemas de Gestión de Datos Confiables y Seguros:** En Pet Toy utilizaremos un sistema de gestión de datos basado en la nube .sistema de gestión en Pet Toy. Esta decisión se basa en la necesidad de mantener nuestros estrictos estándares de seguridad y privacidad de los datos de los clientes y de asegurarnos de que nuestros datos sean eficientes y seguros. Gracias a este basado en la nube. Podemos proporcionar un servicio seguro y confiable .

### **5.8.1 Almacenamiento y Gestión de Datos de Clientes y Productos**

#### **Bases de Datos Centralizadas para Almacenar Datos de Clientes y Productos:**

Hemos creado bases de datos centralizadas y seguras en Pet Toy que almacenan de manera organizada y eficiente los datos de nuestros valiosos clientes, así como información sobre nuestros productos. Esta solución es esencial para brindar un servicio excepcional porque nos permite tener acceso a una información actualizada en cualquier momento. La prioridad número uno de la protección y seguridad de los datos recopilados por Pet Toy es brindar la tranquilidad de nuestros clientes.

**Sistemas de Gestión de Datos Confiables y Seguros:** En Pet Toy, utilizamos un sistema de gestión de datos en la nube. Esta elección se basa en cumplir con nuestros altos estándares de seguridad y privacidad de los datos de los clientes para garantizar que nuestros datos sean seguros y eficientes. Gracias a esta solución en la nube, nuestro servicio es seguro y confiable.

### **5.8.2 Política de Privacidad y Cumplimiento Normativo**

**Política de Privacidad de Pet Toy:** En Pet Toy, cuidamos la privacidad de nuestros clientes. Garantizamos que cualquier información recopilada se mantiene en absoluta confidencialidad y solo se utiliza para mejorar la experiencia de sus mascotas. Es esencial cumplir con las leyes y regulaciones vigentes, y nuestra política de privacidad demuestra nuestro compromiso con la protección de los datos de nuestros clientes, permitiéndoles disfrutar de nuestros productos con total seguridad.

**Cumplimiento Normativo en Pet Toy:** En Pet Toy, entendemos que mantenernos actualizados con las leyes y regulaciones locales e internacionales sobre privacidad y protección de datos es crucial. Nuestro objetivo es mantenernos al día con los cambios normativos más recientes para asegurarnos de que nuestros clientes confíen en que sus

datos están seguros y se manejan con integridad. Nuestro enfoque hacia la seguridad y privacidad de los datos depende del cumplimiento normativo.

### **5.8.3 Protección Contra Amenazas Cibernéticas**

**La Seguridad de la Red:** En Pet Toy, tomamos una serie de medidas efectivas para proteger nuestros sistemas y datos en línea. Nuestro plan de seguridad incluye el uso de firewalls preferidos y sistemas de detección de intrusiones para proteger nuestra infraestructura tecnológica. Esto protege los datos de nuestros clientes y de la empresa de cualquier ciberataque.

**Capacitación en Seguridad:** En Pet Toy, creemos que es fundamental. Nuestros empleados reciben capacitación en seguridad cibernética para aumentar la conciencia en toda la empresa. Esto reduce los peligros relacionados con los errores humanos y mejora nuestra defensa contra las amenazas cibernéticas. Para brindar tranquilidad a nuestros clientes y proteger su información, la seguridad es nuestra prioridad.

### **5.8.4 Copias de Seguridad y Recuperación de Datos**

**Plan de Copias de Seguridad en Pet Toy:** Hemos creado un robusto plan de copias de seguridad para proteger los datos de nuestra empresa y de nuestros clientes. Programar copias de seguridad automática de todos los datos críticos en intervalos regulares es parte de este proyecto. Esto contiene datos sobre nuestros productos, transacciones de clientes, registros de inventario y otros temas. Para evitar la pérdida de información en caso de un incidente, nuestras copias de seguridad se almacenan de forma segura en servidores separados.

**Plan de Recuperación de Datos de Pet Toy:** En Pet Toy, entendemos lo importante que es mantener el negocio funcionando y recuperar datos en caso de eventos imprevistos. Nos concentramos en identificar y documentar los procesos de restauración en detalle.

Utilizamos copias de seguridad para recuperar la información crucial en caso de pérdida de datos debido a fallas técnicas o ciberataques. Además, hemos establecido procedimientos de restauración para reducir el tiempo de inactividad, lo que nos permite a nuestros clientes confiar en nosotros para satisfacer sus necesidades de productos y servicios para mascotas.

## **5.9. PRESUPUESTO DE TIC**

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) requieren recursos financieros. Para garantizar soluciones tecnológicas eficientes, estimamos costos, planificamos presupuestos y evaluamos el retorno de inversión (ROI).

### **5.9.1 Estimación de Costos Iniciales**

#### **Adquisición de Software y Hardware para Pet Toy:**

Hardware: Las computadoras que usarás en Pet Toy costarán alrededor de S/. 1,500 cada una, lo que garantiza que funcionarán bien sin gastos innecesarios.

Infraestructura de Red y Comunicaciones: Para asegurar una conexión estable y de alta velocidad, necesitará invertir alrededor de S/. 260 .

#### **Desarrollo de un sitio web para Pet Toy:**

Diseño gráfico y desarrollo de sitios web: Destinamos un monto aproximado durante nuestro crecimiento para construir un sitio web básico y funcional para Pet Toy que refleje la identidad de la empresa y presente sus productos de manera atractiva.

Configuración de servidores para Pet Toy: Durante el segundo año podríamos pensar, en requerir una inversión inicial de S/. 2,500 para la configuración y el alojamiento.

#### **Marketing Digital para Pet Toy:**

Publicidad en redes sociales: Invertiremos dependiendo nuestro crecimiento S/. 1,500 mensuales en estrategias de publicidad en redes sociales específicas para Pet Toy.

Las campañas de publicidad de Google para Pet Toy: Estamos pensando asignar S/. 1,500 al mes para campañas de Google Ads que aumentan la visibilidad de la tienda en línea de Juguetes para Mascotas.

Herramientas SEO para Pet Toy: Para mejorar la clasificación de nuestro sitio web de Pet Toy en los mecanismos de indagación, estamos considerando establecer un presupuesto anual de S/. 1.200 por herramientas de mejora de motores de búsqueda.

### **Protección de Datos y Seguridad de Pet Toy:**

Si nuestro negocio de Pet Toy aumenta, implementaremos medidas de seguridad cibernética. La tienda en línea de juguetes interactivos con alimentos para perros podría destinar alrededor de S/. 3.000 al año para proteger los datos y mantener la seguridad cibernética.

### **5.9.2 Presupuesto de Mantenimiento y Actualización**

Soporte Técnico y Actualizaciones: Estamos pensando durante nuestro crecimiento el Pagar S/. 1,000 al mes, en Pet Toy recibiremos asistencia constante para resolver problemas técnicos y mantener su plataforma en línea.

Actualizaciones en Hardware y Software: Estamos pensando separar después S/. 2.000 al año para reservar nuestras actualizaciones de software y hardware esenciales para garantizar un funcionamiento sin problemas.

Renovación de Contenido y Marketing Digital: En Pet Toy nos forzaremos durante nuestro crecimiento gastar S/. 3,000 al mes para estrategias de renovación de contenido y

marketing en el sitio web para mantener a nuestros clientes interesados y atraer nuevos clientes .

Capacitación en Tecnología: Estableceremos pronto un presupuesto mediante nuestro crecimiento de S/. 2,000 al año para capacitar a nuestros empleados de Pet Toy en tecnología para asegurarse de que estén al día con las últimas tendencias y herramientas.

### **5.9.3 Retorno de Inversión (ROI) Esperado**

#### **Evaluación de Impacto:**

Incremento en las ventas: durante el primer año, se espera un aumento del quince por ciento en las ventas, lo que equivale a S/. 20.000 en ingresos adicionales. Esta cifra muestra el aumento en la conversión y el número de clientes nuevos.

Reducción de Costos Operativos: La inversión en TIC mejora la eficiencia, lo que reduce los costos en el primer año en S/. 10.000. La automatización y optimización de procesos ayudan a reducir los gastos.

Mejora en la Eficiencia: Durante el primer año, se espera un ahorro adicional de S/. 5,000 debido a una mayor eficiencia en las operaciones de la empresa.

#### **Seguimiento de Métricas:**

Aumento del tráfico del sitio web: Se espera que las estrategias de marketing digital aumenten el tráfico del sitio web en un 20%, lo que aumentaría las ventas en S/. 5.000.

Crecimiento de la Base de Clientes: el aumento del 10% en la base de clientes genera S/. 8,000 en ventas adicionales. Es fundamental centrarse en la adquisición de nuevos clientes.

Mejora en la Eficiencia Operativa: Se espera que la eficiencia operativa aumente, lo que resultará en ahorros adicionales de S/. 3.000. Esto incluye procesos internos mejorados.

### **Alineación con Objetivos Comerciales:**

**Período de Recuperación de la Inversión:** Se prevé que la inversión en TIC se recupere en alrededor de un año y medio, lo que significa que las ganancias superarán los costos iniciales durante este tiempo.

**Rentabilidad Sostenible:** Pet Toy tiene como objetivo obtener ganancias a largo plazo mientras reduce los gastos y aumenta los ingresos. El ROI previsto está en línea con los objetivos comerciales a largo plazo, que buscan un crecimiento y consolidación constante en el mercado.

## **5.10. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN**

Desde la evaluación inicial hasta la optimización continua, nuestro plan de implementación de TIC en Pet Toy sigue un proceso estratégico. Esta estructura cumple con los objetivos de la empresa y las expectativas de los clientes y garantiza una transición eficiente.

### **5.10.1 Planificación de Fases de Implementación**

**Fase de Preparación:** En esta etapa inicial, se evalúan las necesidades específicas de Pet Toy y se establecen objetivos específicos. Además, se seleccionan los proveedores y tecnologías apropiadas. Además, se determinan los recursos humanos y financieros necesarios y se elaboran los presupuestos.

**Fase de Pruebas y Validación:** Para asegurarnos de que todos los sistemas y componentes tecnológicos estén seguros y funcionen correctamente, realizamos pruebas exhaustivas. Esto incluye pruebas de seguridad, funcionalidad, donde se evalúa la experiencia de los clientes. Se registran los resultados y los problemas, y se realizan correcciones según sea necesario.

**Fase de Implementación:** En esta fase, gradualmente implementamos los sistemas y tecnologías en el entorno operativo de Pet Toy. Además, brindamos capacitación a nuestro personal sobre cómo usar las nuevas herramientas y garantizamos una transición fluida para evitar interrupciones en nuestras operaciones comerciales.

**Fase de Monitorización y Optimización:** establecemos un proceso continuo de monitorización y optimización después de la implementación. Esto incluye revisar métricas clave, identificar áreas de mejora y aplicar actualizaciones y mejoras según sea necesario. Nuestro objetivo es garantizar que nuestra tecnología se ajuste a nuestros objetivos comerciales a largo plazo y asegure una rentabilidad sostenible para Pet Toy.

### **5.10.2 Fechas Clave y Hitos**

#### **Clave de identificación de fechas:**

Fechas de Inicio y Finalización (Pet Toy): Hemos ajustado las fechas clave para Pet Toy para que nuestros objetivos se alineen con los plazos de implementación. El 1 de noviembre marca el inicio de la fase de diseño y desarrollo, finalizando el 31 de diciembre.

Adquisición de Hardware y Software (Pet Toy): Hemos asegurado que la adquisición de hardware y software cumple con nuestro cronograma, con una fecha límite del 15 de octubre.

#### **Establecimiento de Hitos (Juguete para mascotas):**

Hito 1: Pruebas Iniciales (15 de enero): Este hito marca un hito importante para Pet Toy porque comienzan las pruebas iniciales en el nuevo sitio web.

Hito 2: Lanzamiento del Sitio (1 de marzo): Celebramos el lanzamiento de nuestro nuevo sitio web y la forma en que afectará nuestra empresa.

Hito 3: Transición Completa (15 de abril): Este hito marca un hito importante para Pet Toy porque marca el final de nuestra fase de implementación y la transición completa a la nueva infraestructura.

## **5.11. EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DE RESULTADOS**

En nuestra empresa Pet Toy, evaluaremos constantemente los efectos de nuestras inversiones en TIC. Para tomar decisiones acertadas, utilizaremos indicadores clave de rendimiento (KPI) adaptados a nuestra industria y realizaremos análisis de datos. Pet Toy brindará un mejor servicio a nuestros clientes y lograr un crecimiento sostenible, nuestra filosofía es la mejora continua.

### **5.11.1 Indicadores Clave de Rendimiento (KPI) para TIC**

#### **Métricas de Sitio Web:**

Comercio de los sitios Web: Para evaluar la visibilidad de Pet Toy en línea, se ayudará a determinar la participación de los visitantes con el contenido y los productos mediante el número de páginas vistas y el tiempo promedio que pasan en el sitio.

Tasa de Conversión: es importante para calcular cuántos visitantes realizan las acciones deseadas, como comprar algo. Esta métrica muestra la efectividad de la experiencia del usuario y la estrategia de ventas.

Tasa de Rebote: La tasa de rebote puede revelar la efectividad del diseño y la relevancia del contenido de un sitio web. Un bajo porcentaje de rebote indica que los visitantes están comprometidos y exploran más allá de la primera página.

#### **Métricas de Marketing Digital:**

Retorno de Inversión en Publicidad (ROI): Medir la relación entre los ingresos generados y los gastos en publicidad en línea es esencial. Pet Toy podrá determinar qué campañas publicitarias son más rentables y ajustar su estrategia en consecuencia.

Costo por Adquisición (CPA): Es posible evaluar la efectividad de las inversiones publicitarias observando el costo promedio de adquirir un nuevo cliente a través de estrategias de marketing digital.

Posición en los motores de búsqueda: Como parte del SEO, el seguimiento de la clasificación de Pet Toy en los resultados de búsqueda orgánica es crucial. Una mejora en la posición indicaría una mayor visibilidad y tráfico.

#### **Métricas de Seguridad Cibernética:**

Número de Incidentes de Seguridad: Un indicador de la seguridad de la infraestructura es la cantidad de incidentes de seguridad detectados o reportados. La menor cantidad de incidentes indica una mejor protección de los datos de los clientes.

Tiempo de Detección y Respuesta: La rapidez con la que se detectan y responden a amenazas cibernéticas es esencial para minimizar el impacto de los incidentes.

Índice de Vulnerabilidad: Mantener la infraestructura tecnológica de Pet Toy segura requiere una evaluación regular.

#### **5.11.2 Seguimiento y Análisis de Datos**

Para Pet toy, como una nueva empresa de comercio electrónico especializada en juguetes interactivos con alimentos para mascotas, el seguimiento y el análisis de datos son cruciales para comprender y mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones en línea. Estos son los puntos clave en esta área:

#### **Herramientas de Analítica:**

Implementación de Google Analytics: El uso de herramientas de análisis como Google Analytics permite el seguimiento y la medición de métricas y KPI definidos. Con la ayuda de esta herramienta, Pet Toy puede recolectar datos minuciosos sobre cómo se comportan los visitantes en su sitio web, tales como el número de visitantes, las páginas más visitadas, el tiempo promedio de navegación y las conversiones. Esto brinda datos útiles para tomar decisiones basadas en datos.

### **Evaluación Continua:**

Seguimiento periódico de Indicadores y Métricas: Pet Toy requiere un seguimiento constante de indicadores y métricas. Esto facilita la identificación de patrones y tendencias en el comportamiento de los clientes y la evaluación del rendimiento general. La empresa puede monitorear periódicamente para reaccionar rápidamente a cualquier cambio y tomar decisiones basándonos en datos recopilados para mejorar la exigencias del cliente y mejorar las operaciones.

### **5.11.3 Ajustes y Mejoras Continuas**

La excelencia es una prioridad constante en Pet Toy. A medida que una empresa de comercio electrónico que se especializa en juguetes interactivos con alimentos para mascotas, mantenerse en la cima requiere optimización y mejora continua. Estos son los puntos clave en este área:

**Ajustes con Datos:** Pet Toy utilizará los datos recopilados para modificar su estrategia de contenido y marketing. Esto incluye mejorar el contenido del sitio web y optimizar las estrategias de marketing para mantener a los clientes interesados y aumentar las conversiones.

**Eficiencia y Seguridad:** La infraestructura tecnológica de Pet Toy se actualizará y mantendrá de manera regular, lo que garantiza su eficiencia y seguridad. Para mantenerse

al día con las últimas tecnologías y tener una experiencia de compra sin problemas, esto es fundamental.

**Equipo Actualizado:** El personal de Pet Toy recibirá capacitaciones continuas para aprovechar al máximo la tecnología y mantenerse al día con las últimas tendencias digitales. La capacitación ayuda a la empresa a evolucionar y mejorar.

## **5.12. Riesgos y Mitigaciones**

La evaluación y la gestión de riesgos son esenciales para nuestra empresa que vende productos para mascotas en línea. Para garantizar el éxito y la seguridad de Pet Toy en el mundo digital, es esencial identificar y abordar los peligros tecnológicos.

### **5. 12.1 Identificación de Riesgos Potenciales de TIC**

#### **Ciberseguridad:**

Ataques Cibernéticos a Pet Toy : Un riesgo de ataques cibernéticos como ransomware, phishing o malware que podrían comprometer la integridad de los sistemas críticos de Pet Toy Ecommerce y comprometer la seguridad de los datos de nuestros clientes.

Violación de Datos de Pet Toy: La posibilidad de que se violen los datos de nuestros clientes, lo que podría llevar a la pérdida o divulgación no autorizada de información confidencial de nuestros clientes y, por lo tanto, a la pérdida de la confianza en nuestra marca.

#### **Disponibilidad y Rendimiento de Pet Toy:**

Fallo de Hardware o Software de Pet Toy: Existe la posibilidad en Pet Toy de que ocurra fallas y cause interrupciones en el comercio electrónico de juguetes, lo que afectará la experiencia del cliente.

Carga Inesperada del Sitio Web de Pet Toy: la carga inesperada del sitio web de E-commerce de Pet Toy podría resultar en una experiencia de usuario deficiente y una pérdida de ventas de nuestros productos.

### **Regulación y Cumplimiento en Pet Toy:**

Incumplimiento de Normas de Pet Toy: En Pet Toy puede ser sancionado legalmente y dañar su reputación si no cumple con las regulaciones de privacidad y seguridad de datos.

Cambios Legislación y su Impacto en Pet Toy Existe la posibilidad de que los cambios en la legislación requieran cambios en las prácticas comerciales de Pet Toy y, como resultado, cambios en nuestros productos y servicios.

### **5.12.2 Estrategias de Mitigación**

Implementación de Medidas de Seguridad Cibernética para Pet Toy: El Ecommerce de Pet Toy utilizará firewalls, sistemas de detección de intrusiones y soluciones antivirus para proteger la infraestructura tecnológica de nuestro negocio.

**Plan de Continuidad del Negocio de Pet Toy:** Para garantizar que nuestras operaciones sigan funcionando sin problemas, hemos creado un plan de continuidad del negocio específico para Pet Toy que incluye procedimientos de recuperación en caso de fallos críticos.

**Expansión del Ecommerce de Pet Toy:** La implementación de sistemas tecnológicos altamente escalables en nuestro sitio web de e-commerce de juguetes interactivos con alimentos nos permitirá gestionar picos de tráfico sin afectar el rendimiento de nuestro sitio web de Pet Toy de juguetes interactivos con alimentos.

**Auditorías y Evaluaciones Regulares en Pet Toy:** El Ecommerce de Pet Toy realizará auditorías y evaluaciones regulares para garantizar el cumplimiento continuo de las

regulaciones en el ámbito de la venta de juguetes interactivos con alimentos para mascotas y detectar rápidamente áreas de mejora.

**Capacitación en Cumplimiento para el Personal de Pet Toy:** Para garantizar el cumplimiento en todas nuestras operaciones de venta en línea de productos para mascotas, el personal de Pet Toy recibe capacitación sobre las regulaciones de privacidad y seguridad de datos.

### **5.13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones:**

El plan de TI de "Pet Toy" demuestra un fuerte compromiso con la protección de la privacidad de los clientes, el cumplimiento de las regulaciones y la seguridad cibernética. Esto es esencial para respaldar el crecimiento sostenible de la empresa en el mercado de juguetes interactivos para mascotas y garantizar una experiencia de compra segura y eficiente para los clientes.

#### **Recomendaciones:**

- Continuar invirtiendo en la seguridad cibernética y mantenerse actualizado con las amenazas y soluciones de seguridad más recientes para asegurar que los datos de los clientes estén protegidos.
- Realizar auditorías y evaluaciones de cumplimiento regulares para asegurarse de que la empresa cumple con las regulaciones de privacidad y seguridad de datos que cambian constantemente
- Optimizar la experiencia del cliente y las operaciones utilizando herramientas de análisis como Google Analytics.

- Garantizar que el personal reciba capacitación continua en tecnología y cumplimiento para mantenerse al día con las últimas regulaciones y tendencias.

## **CAPITULO VI: PLAN LEGAL**

Antes de comenzar a construir una empresa en línea, es importante considerar qué tipo de negocio desea establecer, cuánto capital inicial piensa invertir y cómo planea financiarlo, así como su aceptación entre los potenciales clientes y, por supuesto, las obligaciones fiscales que debe cumplir.

1. Buscar y reservar nombres. Antes de comenzar una empresa o negocio, es necesario registrarse. El registrador público debe verificar si el nombre, la denominación, la denominación completa o abreviada o la razón social de una empresa o asociación que ya existe o utiliza beneficios registrales es equivalente o compatible.

2. Redactar los estatutos de una asociación o empresa. El propietario o los miembros de la empresa expresan su deseo de establecer una persona jurídica en este documento.

3. Invertir en capital. Es posible donar dinero mediante un documento emitido por una unidad del sistema financiero nacional; o bien bienes muebles o derechos de crédito, aceptados para registrar una transferencia a favor de una empresa o asociación. En este último caso, la transferencia debe ser documentada en un documento público o detallado.

Informe de evaluación y criterios utilizados.

4. Escritura pública ante notario. Después de escribir la constitución, es necesario llevarla al notario para que la revise y la transforme en un documento público. De esta manera se establece una constitución pública. Este documento debe estar firmado y sellado por notario público y debe contener las firmas de los propietarios o socios, incluidos los cónyuges, si corresponde.

5. Una empresa o asociación debe registrarse en el Registro de Personas Jurídicas de Sunarp. Ya sea en el registro de empresas cerradas, abiertas o anónimas; o en el registro de propiedad individual. Para registrar una empresa o asociación como persona jurídica, puede obtener un asiento de registro de Sunarp.

6. Registrarse como persona jurídica en el RUC. Un número en el Registro Unificado de Contribuyentes (RUC) identifica a una persona jurídica o natural como contribuyente. El RUC es emitido por Sunat y contiene información sobre actividades económicas.

Estos son los beneficios de tener una empresa registrada.

- Tendrá la empresa de exponer legalmente su marca sin dificultades con las autoridades por estar registrada.
- Podrás expandirte y contratar a personas que reciban beneficios del Estado.
- Además, estar registrado te brinda acceso a préstamos bancarios. forma parte en el sistema comercial del país y ayudar a los empresarios y emprendedores como nosotros buscan tener estabilidad económica y social.

Registros digitales

Además, la plataforma digital SID-Sunarp le permite constituir e inscribir su empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de Sunarp sin necesidad de llenar formularios impresos ni de visitar una oficina Sunarp.

### **Tienda Online:**

Este es un tipo de negocio donde puedes implementar y gestionar el carrito de compras directamente. En este caso, usted asume toda la responsabilidad por los productos o servicios proporcionados en cualquier etapa del contrato.

### **Terminos y Condiciones:**

Para utilizar un sitio web, tienda o servicio en línea, los usuarios deben aceptar y cumplir con los términos de uso. Por lo tanto, son los componentes que controlan cómo los usuarios acceden a los contenidos y servicios del sitio web.

### **LIBRO DE RECLAMACIONES:**

El libro de reclamaciones, que debe estar disponible en todos los establecimientos comerciales o plataformas de venta online que tengan oficinas en el país, es una herramienta útil para proteger sus derechos. Este libro es un buen lugar para presentar tus quejas o reclamos sobre los problemas que puedas encontrar cuando compras algo o contratas un servicio. A su solicitud, el proveedor debe proporcionar en forma física o virtual.

La Constitución y la Ley N° 29733 protegen el derecho humano a la protección de datos personales. La ley reconoce el derecho a tener control sobre cómo se utilizan los datos personales.

Se aplica a los datos personales que se registran en cualquier soporte, lo que permite su tratamiento y uso posterior en varios contextos, tanto privados como públicos.

6 Principios que se aplican al uso de datos personales:

1-Legalidad: Sólo se pueden obtener datos personales cuando una ley lo permite. Las bases de datos personales deben cumplir con las regulaciones vigentes y estar registradas en el registro por unidades reguladoras y/o de control de datos personales.

2- Consentimiento o permiso previo: El consentimiento del titular es crucial para el tratamiento de sus datos. El consentimiento debe ser el siguiente: gratis (se puede ofrecer o rechazar). Anterior (recopilado antes del pedido de información). Expresivo (no implícito ni tácito). documentado (probablemente). informado (conocer el propósito de la recopilación de datos y dónde puede ejercer sus derechos).

3 – Propósito: La información no debe utilizarse para otros propósitos que los necesarios, y el propósito debe especificarse.

4- Proporcionalidad: Los datos registrados deben corresponder al propósito. Además de ser verdaderos, apropiados, imparciales y no excesivos en relación con el propósito original para el que fueron obtenidos.

5- Calidad: El responsable de la base de datos debe proporcionar al menos información identificable y de alta calidad basándose en su autenticidad.

6- Seguridad: Según las reglas, se deben tomar medidas de seguridad para proteger los datos recopilados. Mantenga copias de seguridad y revisiones para identificar infracciones."La privacidad es el mayor activo de una persona en el mundo de la información".

### **POLÍTICA DE PRIVACIDAD:**

Esta política de privacidad explica cómo se recopilan, usan y comparten sus datos personales cuando visita o compra en (URL de la tienda).

¿QUÉ INFORMACIÓN PERSONAL RECOGEMOS? Recopilamos automáticamente datos sobre su dispositivo cada vez que visita el sitio web. Su dirección IP, zona horaria y cookies de su navegador son parte de estos datos. Además, mientras navega por el Sitio, recopilamos información sobre páginas web o productos particulares que ve, qué sitios web o términos de búsqueda están relacionados con él y cómo interactúa con él.

Los datos del dispositivo son los datos que se recopilan automáticamente. Utilizamos las siguientes tecnologías para recopilar datos del dispositivo: Las galletas: Son archivos de datos que se instalan en su dispositivo o computadora y a menudo contienen un identificador único anónimo. Los archivos de registro incluyen: La dirección IP, el tipo de navegador, el proveedor de servicios web, las páginas de referencia/salida y las marcas de fecha y hora son algunos de los datos que recopilan mientras monitorea la actividad del sitio web.

### **CÓMO UTILIZAMOS SUS DATOS PERSONALES:**

Para satisfacer los pedidos recibidos a través del sitio web, generalmente utilizamos los pedidos cobrados. Procesar su información de pago, planificar la entrega y enviar facturas y/o confirmaciones de pedidos. Además, utilizamos los datos de este pedido para comunicarnos con usted, monitorear nuestros pedidos para identificar posibles riesgos o fraude, y brindarle información o anuncios sobre nuestros productos o servicios, según la configuración que comparta con nosotros. Utilizamos los datos del dispositivo que

recopilamos para ayudarnos a identificar riesgos y fraudes potenciales (especialmente su dirección IP) y para mejorar y optimizar en general nuestro sitio web.

**PARTES DE DATOS PERSONALES** Para que podamos utilizar su información personal como se mencionó anteriormente, compartimos su información personal con terceros. También utilizamos Google Analytics para comprender cómo usan (nombre de la tienda) nuestros clientes. Qué hace Google con sus datos personales. Finalmente, Podemos compartir su información personal con nosotros para proteger nuestros derechos, cumplir con las leyes y regulaciones aplicables y compartirlo para reaccionar ante una citación , orden de registro u otra solicitud legal de información.

**REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD:** Se utilizará información personal para enviar publicidad dirigida o comunicaciones de marketing que creemos que podrían interesarle.

Incluye enlaces y exenciones de responsabilidad para servicios externos como Facebook o Google. Puede decidir no recibir publicidad en absoluto.

**TUS DERECHOS:** Si resides en Europa, tienes derecho a acceder a sus datos personales y solicitarlos para que se corrijan, actualicen o eliminen. Si desea ejercer este derecho, póngase en contacto con nosotros. Además, procesamos su información si reside en Europa para cumplir con nuestras obligaciones contractuales con usted ( como cuando envía una solicitud en línea ) o de otra manera para cumplir con nuestros intereses comerciales legítimos mencionados anteriormente. Tenga en cuenta que sus datos se envían a países fuera de Europa, como Canadá y los Estados Unidos.

**ALMACENAMIENTO DE DATOS:**

La solicitud se realiza utilizando el Sitio, la información de la solicitud se mantendrá en los registros a menos que se solicite la eliminación de la información .

**SUBORDINACIÓN:** El sitio no está destinado a un público más joven (LA EDAD YA SE ENCUENTRA CONFIRMADO).

**CAMBIOS:** La Política de Privacidad puede ser modificada de vez en cuando debido a cambios en nuestras políticas o por otras razones operativas, legales o legislativas. Si tiene alguna pregunta o necesita más información, no dude en ponerse en contacto con nosotros, incluyendo los datos de contacto correspondientes.

### **POLÍTICA DE COOKIES:**

La cookie consta de:

El nombre o valor que recoge los datos guardados.

El nombre de dominio indica dónde se puede utilizar la cookie. La ruta conoce tus límites

Una fecha de vencimiento que indica cuánto tiempo se puede usar. Un indicador de conexión segura que permite enviar la cookie con cifrado seguro Bandera de solo HTTP para limitarlo solo a estos encabezados.

### **PRINCIPIO DE LA VERDAD:**

Se aplica a las declaraciones objetivas.

La responsabilidad de demostrar la exactitud de las afirmaciones recae en el anunciante. Debe tener pruebas que respalden sus afirmaciones objetivas que se remontan a antes de que se distribuya el anuncio.

El principio de autenticidad, cada anunciante deberá indicar claramente que su anuncio es un anuncio comercial.

Por ejemplo, si alquilas periódicos, debes indicar claramente que se trata de un anuncio.

El principio de legalidad. Preste atención al cumplimiento de las normas obligatorias (normativas sectoriales) aplicables a las actividades publicitarias. Por ejemplo, si estás en una cervecería, existe una ley que regula la distribución, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, y su cumplimiento es obligatorio.

El principio de idoneidad social. Cualquier canción o campaña publicitaria que distribuya no debe promover comportamientos ilegales, antisociales o discriminatorios ni la protección de grupos vulnerables o en desarrollo, como niños y jóvenes.

### **REQUISITOS LEGALES PARA ABRIR UNA TIENDA ONLINE:**

#### **SUNARP**

Registrar nuestra empresa en la Sunarp es el primer paso para establecer una tienda online

El proceso de registro de una empresa en Sunarp es muy sencillo y el uso del sistema SID-Sunarp es casi imposible.

La reserva de denominación y razón social, así como otros muchos documentos y certificados, se pueden adquirir virtualmente en la web oficial del Sunarp. El Sunarp ha redoblado sus esfuerzos para cumplir con todos sus requerimientos y procedimientos de manera virtual debido a la pandemia de COVID-19.

#### **Licencia de Funcionamiento**

El siguiente requisito es la Licencia de Funcionamiento, que es otorgada por las municipalidades y es necesaria para tiendas físicas, pero también es necesaria para muchos trámites oficiales, por lo que es necesario tenerla aunque establezcamos una tienda en línea.

Es posible que existan requisitos específicos para cada región o actividad comercial, dependiendo de las autoridades municipales, pero en general, es esencial tener:

- a) Una declaración jurada que incluya el número de RUC, el DNI o el carnet de extranjería.
- b) Una carta de poder con firma legalizada o un poder vigente del representante legal de la empresa (previamente registrado en el Sunarp).
- c) Una copia sencilla del título profesional para servicios relacionados con la salud y una autorización sectorial para servicios profesionales agremiados o regulados por colegios profesionales.

## RUC

Para completar todas las formalidades legales, el último paso es obtener el RUC, que se obtiene a través de la Sunat, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.

Puedes realizar el llevar el trámite de afuera virtual , y la información que necesitas para hacerlo está disponible en este apartado.

## CONSTITUCIÓN DE EMPRESA “PET TOY”

## 1.- ELEGIR CONSTITUIR UNA EMPRESA DE FORMA DE PERSONA NATURAL O JURÍDICA

Sociedad Anónima Cerrada - S.A.C

Está compuesto de un mínimo de dos (dos) inversionistas y un máximo de veinte (20) inversionistas o socios.

## 2.- BÚSQUEDA Y RESERVA DEL NOMBRE

El trámite tiene un costo de s/.5.00 y se puede obtener resultados el mismo día al completar un formulario en SUNARP a título personal.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

El plan legal de "Pet Toy" se centra en proteger la privacidad de los clientes, cumplir con las leyes y establecer la estructura legal necesaria para operar una tienda en línea. Está diseñado para garantizar que se cumplan las leyes y regulaciones pertinentes y proteger los derechos de la empresa y los consumidores.

### Recomendaciones:

- Mantenga un seguimiento constante de las regulaciones legales que afectan su tienda en línea y, según sea necesario, modifique sus políticas.
- En nuestra política de privacidad, explicaremos de manera clara y transparente cómo se manejan los datos personales de los clientes.
- Los empleados deben recibir capacitación legal para asegurarse de que comprenden las regulaciones legales pertinentes.
- Mantenga todos los documentos legales, incluido el registro de la empresa, la licencia de funcionamiento y el RUC, actualizados.

- Mantenga registros adecuados para las multas de declaración de impuestos y cumpla con sus obligaciones fiscales.

Incluye exenciones de responsabilidad en su política de privacidad para servicios externos como Facebook o Google.

## **CAPÍTULO VII: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO**

### **7.1 MISIÓN**

En Pet Toy, nuestra misión es aumentar la rentabilidad sostenible a través de la creación y venta de juguetes interactivos con alimentos para mascotas en nuestra plataforma de comercio electrónico. Nuestro objetivo es ofrecer soluciones innovadoras que mejoren la vida de las mascotas al mismo tiempo que generan ingresos significativos y un retorno de inversión favorable para nuestros accionistas y socios comerciales.

### **7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Durante los primeros tres años, queremos expandir la gama de productos y servicios, incluyendo nuevas líneas de juguetes interactivos para mascotas y opciones de suscripción para clientes recurrentes.
- Mantener un control estricto de los costos operativos y análisis financieros constantes para identificar áreas de eficiencia y mejorar la rentabilidad a lo largo del tiempo.
- Mantener precios competitivos en el mercado de juguetes interactivos para mascotas y alcanzar un margen de beneficio bruto del 40% dentro del primer año de operación.
- Asegurar un flujo de efectivo positivo que permita cubrir los costos operativos y de adquisición de inventario y apoyar el crecimiento sostenible de la empresa.

- Para garantizar un suministro constante y una entrega oportuna de nuestros productos, establecemos alianzas estratégicas con proveedores de alimentos para mascotas de alta calidad y servicios de envío confiables.

### 7.3 PRESUPUESTO DE VENTAS

En la siguiente tabla se muestra la proyección de las ventas estimada para los próximos 5 años. Se estima el inicio del proyecto la venta de 300 juguetes interactivos para mascotas. Considerando un crecimiento anual de las ventas del 5%, en el año 5% llegaremos a vender 121 collares GPS a la semana con un SAM del 7.07%.

Tabla 5: Presupuesto de ventas

<b>PRODUCCION / VENTA POR PERIODO ANUAL ( 1 )</b>						
<b>Producto a vender</b>	0	1	2	3	4	5
Juguete Interactivo Pet Toy		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110
<b>TOTAL ( UN )</b>		<b>3,650</b>	<b>4,015</b>	<b>4,380</b>	<b>4,745</b>	<b>5,110</b>
	<b>Día</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>
	<b>Semana</b>	70	77	84	91	98
	<b>Mes</b>	300	330	360	390	420
	<b>Año</b>	3650	4015	4380	4745	5110

Fuente: Elaboración propia

### 7.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos de Pet Toy es una proyección financiera que calcula los ingresos futuros de la venta de juguetes interactivos para perros con alimento incorporado. Nuestro proceso de planificación y toma de decisiones depende de estas cifras. Aunque son cálculos, nos ayudan a distribuir recursos, evaluar el desempeño y medir el éxito en el mercado de juguetes para mascotas. Nuestro objetivo es alcanzar y superar estos objetivos.

Tabla 6: Presupuesto de ingresos

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS (5)</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Volumen de ventas proyectado a vender		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110
Precio		99	99	99	99	99
<b>Total de ingresos netos ( sin IGV )</b>		<b>S/ 361,350</b>	<b>S/ 397,485</b>	<b>S/ 433,620</b>	<b>S/ 469,755</b>	<b>S/ 505,890</b>
IGV		S/ 65,043	S/ 71,547	S/ 78,052	S/ 84,556	S/ 91,060
<b>Total de ingresos brutos ( con IGV )</b>		<b>S/ 426,393</b>	<b>S/ 469,032</b>	<b>S/ 511,672</b>	<b>S/ 554,311</b>	<b>S/ 596,950</b>
Precio unitario de venta del producto ( incluido IGV )	116.82					
Precio unitario de venta del producto ( sin IGV )	99.00					

Fuente: Elaboración propia

## 7.5 PRESUPUESTO DE EGRESOS

### Presupuesto área de administración

Los gastos de Pet Toy son cruciales para nuestra gestión financiera. Los gastos de administración, otros gastos administrativos y costos variables y fijos están incluidos. Nuestro objetivo es reducir los gastos manteniendo la calidad de nuestros productos para perros.

Tabla 7: Presupuesto área de administración

<b>GASTO DE MANO DE OBRA EN ADMINISTRACION ( 6 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Presupuesto de ingresos		361,350	397,485	433,620	469,755	505,890
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Beneficios sociales ( porcentaje )		5.13%	5.13%	5.13%	5.13%	5.13%
<b>Gerente general</b>						
Número		1	1	1	1	1
Sueldo básico mensual por persona		2,000	3,300	3,300	3,300	3,300
Sueldo anual por persona sin considerar beneficios sociales		23,000	37,950	37,950	37,950	37,950
Sueldo anual por persona considerando beneficios sociales		24,180	39,897	39,897	39,897	39,897
Sueldo total por puesto de trabajo		24,180	39,897	39,897	39,897	39,897
Número de trabajadores de producción		1	1	1	1	1
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA</b>		<b>24,180</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>

<b>OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS ( 7 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Precio		99	99	99	99	99
Cantidad		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Limpieza y mantenimiento de equipos ( 1 )		1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Energía y agua consumidas en las áreas administrativas ( 2 )		3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Gastos varios de área administrativa ( 3 )		1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Gastos varios y gastos diversos que se desprenden de la gestión del negocio ( 4 )		1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
<b>Total anual con IGV</b>		<b>7,200</b>	<b>7,200</b>	<b>7,200</b>	<b>7,200</b>	<b>7,200</b>
IGV		1,098	1,098	1,098	1,098	1,098
<b>Total anual sin IGV</b>		<b>6,102</b>	<b>6,102</b>	<b>6,102</b>	<b>6,102</b>	<b>6,102</b>
( 1 )	100 / mes					
( 2 )	150 / mes					
( 3 )	100 / mes					
( 4 )	150 / mes					

<b>COSTOS FIJOS y VARIABLES (Administración) ( 8 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Costos fijos		30,282	45,999	45,999	45,999	45,999
Costos variables		-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

### Presupuesto área comercial

El presupuesto de gastos comerciales de Pet Toy incluye varios factores, como los gastos de mano de obra en marketing y ventas, otros gastos comerciales y gastos fijos y variables. Estos gastos cambian con el tiempo, y es importante tenerlos en cuenta para tener una buena planificación financiera y mantener el control de los gastos comerciales.

Tabla 8: Presupuesto área comercial

<b>GASTO DE MANO DE OBRA EN COMERCIAL ( Marketing y Ventas ) ( 9 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Precio		99	99	99	99	99
Cantidad		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Beneficios sociales ( porcentaje )		5.13%	5.13%	5.13%	5.13%	5.13%
<b>Jefe de Marketing</b>						
Número		1	1	1	1	1
Sueldo básico mensual por persona		2,000	3,300	3,300	3,300	3,300
Sueldo anual por persona sin considerar beneficios sociales		23,000	37,950	37,950	37,950	37,950
Sueldo anual por persona considerando beneficios sociales		24,180	39,897	39,897	39,897	39,897
Sueldo total por puesto de trabajo		24,180	39,897	39,897	39,897	39,897
<b>Recepción y atención al cliente</b>						
Número		0	0	1	1	1
Sueldo básico mensual por persona		1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
Sueldo anual por persona sin considerar beneficios sociales		16,100	16,100	16,100	16,100	16,100
Sueldo anual por persona considerando beneficios sociales		16,926	16,926	16,926	16,926	16,926
Sueldo total por puesto de trabajo		-	-	16,926	16,926	16,926
Número de trabajadores de marketing y ventas		1	1	2	2	2
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DE VENTAS</b>		<b>24,180</b>	<b>39,897</b>	<b>56,823</b>	<b>56,823</b>	<b>56,823</b>

<b>OTROS GASTOS COMERCIALES ( Marketing y Ventas ) ( 10 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Precio		99	99	99	99	99
Cantidad		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110
Presupuesto de ingresos		361,350	397,485	433,620	469,755	505,890
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Gastos diversos que son propias de la actividad de ventas ( 2 )	10%	36,135	39,749	43,362	46,976	50,589
Viáticos y representaciones ( 3 )		-	2,400	2,400	2,400	2,400
<b>Total anual sin IGV</b>		<b>36,135</b>	<b>42,149</b>	<b>45,762</b>	<b>49,376</b>	<b>52,989</b>
IGV		6,504	7,587	8,237	8,888	9,538
<b>Total anual con IGV</b>		<b>42,639</b>	<b>49,735</b>	<b>53,999</b>	<b>58,263</b>	<b>62,527</b>
Viáticos	200/ mes					

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES (Comercial) ( 11 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
<b>Costos fijos</b>		<b>24,180</b>	<b>39,897</b>	<b>56,087</b>	<b>56,087</b>	<b>56,087</b>
<b>Costos variables</b>		<b>36,135</b>	<b>42,149</b>	<b>45,762</b>	<b>49,376</b>	<b>52,989</b>

Fuente: Elaboración propia

### Presupuesto área de operaciones

Los gastos de mano de obra y materiales logísticos están incluidos en el presupuesto de operaciones de Pet Toy, que cambia cada año. Incluye sueldos, beneficios, empaques, envío y otros costos relacionados con la logística. Se divide en costos fijos y variables y es esencial para el control de la eficiencia y la rentabilidad. Los valores son aproximados y pueden variar dependiendo de las circunstancias. Evaluar sus costos de operación.

Tabla 9: Presupuesto área de operaciones

<b>COSTO DE MANO DE OBRA DEL AREA DE OPERACIONES ( 12 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Precio		99	99	99	99	99
Cantidad		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110
Presupuesto de ingresos		361,350	397,485	433,620	469,755	505,890
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Beneficios sociales ( porcentaje )		5.13%	5.13%	5.13%	5.13%	5.13%
<b>Jefe de operaciones</b>						
Número		1	1	1	1	1
Sueldo básico mensual por persona		2,000.00	3,300	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Sueldo anual por persona sin considerar beneficios sociales		23,000.00	37,950.00	37,950.00	37,950.00	37,950.00
Sueldo anual por persona considerando beneficios sociales		24,180.00	39,897.00	39,897.00	39,897.00	39,897.00
Sueldo total por puesto de trabajo		24,180.00	39,897.00	39,897.00	39,897.00	39,897.00
Número de trabajadores de producción		1	1	1	1	1
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA</b>		<b>24,180</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>

<b>COSTO DE MATERIALES DE LOGISTICA (13 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Costo de adquisición del producto PET TOY ( 1 )		S/ 175,656	S/ 193,222	S/ 210,788	S/ 228,353	S/ 245,919
Empaquetado y materiales de embalaje	2%	S/ 7,227	S/ 7,950	S/ 8,672	S/ 9,395	S/ 10,118
Gastos de envío	2%	S/ 7,227	S/ 7,950	S/ 8,672	S/ 9,395	S/ 10,118
Costos de devoluciones	2%	S/ 7,227	S/ 7,950	S/ 8,672	S/ 9,395	S/ 10,118
Otros gastos logísticos	2%	S/ 7,227	S/ 7,950	S/ 8,672	S/ 9,395	S/ 10,118
Cu Pet Toy	\$ 12.50					
T/C:	3.85					
<b>Total de gastos generales ( sin IGTV )</b>		<b>204,564</b>	<b>225,021</b>	<b>245,477</b>	<b>265,934</b>	<b>286,390</b>
IGV		36,822	40,504	44,186	47,868	51,550
<b>Total de gastos generales ( con IGTV )</b>		<b>241,386</b>	<b>265,524</b>	<b>289,663</b>	<b>313,802</b>	<b>337,940</b>

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES (Operaciones) ( 15 )</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
<b>Costos fijos</b>		<b>24,180</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>	<b>39,897</b>
<b>Costos variables</b>		<b>204,564</b>	<b>225,021</b>	<b>245,477</b>	<b>265,934</b>	<b>286,390</b>

Fuente: Elaboración propia

### Presupuesto de egresos

Los gastos laborales, administrativos y operativos, tanto fijos como variables, están incluidos en los egresos de Pet Toy. La gestión financiera depende de la precisión de estos gastos. Los montos no son exactos y pueden variar. Es necesario un control riguroso.

Tabla 10: Presupuesto de egresos

<b>PRESUPUESTO DE EGRESOS ( 18)</b>						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO ( AÑOS )					
	0	1	2	3	4	5
Volumen de ventas ( q ) unidades/ año						
Costos variables del área de administración	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Costos variables del área comercial	S/ 36,135	S/ 42,149	S/ 45,762	S/ 49,376	S/ 52,989	S/ 56,602
Costos variables del área de operaciones	S/ 204,564	S/ 225,021	S/ 245,477	S/ 265,934	S/ 286,390	S/ 306,847
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>S/ 240,699</b>	<b>S/ 267,169</b>	<b>S/ 291,239</b>	<b>S/ 315,309</b>	<b>S/ 339,379</b>	<b>S/ 363,446</b>
Costos fijos del área de administración	S/ 30,282	S/ 45,999				
Costos fijos del área comercial	S/ 24,180	S/ 39,897	S/ 56,823	S/ 56,823	S/ 56,823	S/ 56,823
Costos fijos del área de operaciones	S/ 24,180	S/ 39,897				
<b>COSTOS FIJOS ( * )</b>	<b>S/ 78,642</b>	<b>S/ 125,793</b>	<b>S/ 142,719</b>	<b>S/ 142,719</b>	<b>S/ 142,719</b>	<b>S/ 142,719</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS ( * )</b>	<b>S/ 319,341</b>	<b>S/ 392,962</b>	<b>S/ 433,958</b>	<b>S/ 458,028</b>	<b>S/ 482,098</b>	<b>S/ 506,165</b>
Depreciación y amortización	S/ 878	S/ 878	S/ 878	S/ 878	S/ 878	S/ 878
Impuesto a la renta	S/ 12,134	S/ 1,075	S/ -	S/ 3,201	S/ 6,760	S/ 10,315
<b>COSTOS FIJOS ( ** )</b>	<b>S/ 91,653</b>	<b>S/ 127,746</b>	<b>S/ 143,596</b>	<b>S/ 146,797</b>	<b>S/ 150,356</b>	<b>S/ 153,913</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS ( ** )</b>	<b>S/ 332,352</b>	<b>S/ 394,915</b>	<b>S/ 434,835</b>	<b>S/ 462,106</b>	<b>S/ 489,735</b>	<b>S/ 510,078</b>

Fuente: Elaboración propia

## 7.6 INVERSIONES

### Inversión en activos fijos

Pet Toy tienen activos fijos, que incluyen activos tangibles como maquinaria, equipo, vehículos y mobiliario, así como activos intangibles como software, marcas registradas y patentes. La gestión adecuada de estos activos es fundamental para que la empresa funcione a su máximo potencial. Los cuadros adjuntos ayudarán con el análisis financiero general de la empresa proporcionando detalles específicos y valores de nuestros activos fijos.

Tabla 11: Inversión en activos fijos

## ACTIVOS FIJOS TANGIBLES ( 2 )

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Inversión con	Inversión sin	IGV
Sillas	1	100	100.00	84.75	15.25
Estantería	1	400	400	339	61
Escritorio	1	400	400	339	61
<b>TOTAL MOBILIARIO</b>		<b>900</b>	<b>900</b>	<b>763</b>	<b>137</b>
Rubro	Cantidad	Costo unitario con IGV	Inversión con IGV	Inversión sin IGV	IGV
Computadora ( CPU ) con monitor, teclado y mouse	1	2,000	2,000	1,695	305
Impresora multifuncional	1	300	300	254	46
Red informática	1	260	260	220	40
Teléfonos móviles (celulares)	1	1,000	1,000	847	153
<b>TOTAL INVERSION EN EQUIPO INFORMatico</b>		<b>3,560</b>	<b>3,560</b>	<b>3,017</b>	<b>543</b>
Rubro	Cantidad	Costo unitario con IGV	Inversión con IGV	Inversión sin IGV	IGV
Anaqueles de 1.5 x 1.5 m con 5 niveles para almacenar	1	1,000.00	1,000	847	153
Mesa para Empaque	1	400.00	400	339	61
<b>TOTAL INFRAESTRUCTURA</b>			<b>1,400</b>	<b>1,186</b>	<b>214</b>
Rubro	Cantidad	Costo unitario con IGV	Inversión con IGV	Inversión sin IGV	IGV
Scooter Electrico para Delivery	1	1,500	1,500	1,271	229
<b>TOTAL MAQUINARIA</b>			<b>1,500</b>	<b>1,271</b>	<b>229</b>
Rubro	Cantidad	Costo unitario con IGV	Inversión con IGV	Inversión sin IGV	IGV
Herramientas para empaque	1	200	200	169	31
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			<b>200</b>	<b>169</b>	<b>31</b>
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>			<b>7,560</b>	<b>6,407</b>	<b>1,153</b>

## ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES ( 4 )

Rubro	Inversión con IGV	Inversión sin IGV	IGV
Busqueda de nombres SUNARP	6.00	5.08	0.92
Reserva del nombre	24.00	20.34	3.66
Notaria	390.00	330.51	59.49
Registro Público SUNARP	46.00	38.98	7.02
INDECOPI (registro marca)	540.00	457.63	82.37
<b>Total trámites y licencias</b>	<b>586.00</b>	<b>496.61</b>	<b>153.46</b>
Diseño y Desarrollo de la página web ( Ecommerce )	0.00	0.00	0.00
Pruebas de puesta en marcha del Ecommerce	0.00	0.00	0.00
Gastos generales previos a la puesta en marcha	0.00	0.00	0.00
<b>Total gastos preoperativos</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>586.00</b>	<b>496.61</b>	<b>153.46</b>

Fuente: Elaboración propia

## Presupuesto de depreciación

El presupuesto de depreciación de Pet Toy registra la depreciación de los activos tangibles que utilizamos en nuestras operaciones. Esto ayuda a mantener una buena gestión financiera y el cumplimiento de las normas contables al mostrar una representación precisa del desgaste de nuestros activos en los estados financieros. La depreciación se calcula utilizando métodos contables apropiados y refleja la disminución del valor de los activos a lo largo del tiempo. Para que nuestra empresa tome decisiones necesarias y planifique sus finanzas a largo plazo, este presupuesto es esencial.

Tabla 12: Presupuesto de depreciación

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION (16)									
DETALLE	Inversión inicial (sin IGV)	%	Vida útil	DEPRECIACION					Valor de rescate al año 5
				1	2	3	4	5	
Mobiliario	763	20%	5	153	153	153	153	153	-
Equipo informático	3,017	15%	7	453	453	453	453	453	754
Infraestructura	1,186	12%	8	142	142	142	142	142	475
Maquinaria	1,271	5%	20	64	64	64	64	64	953
Equipos	169	10%	10	17	17	17	17	17	85
<b>TOTAL DEPRECIACION</b>	<b>6,407</b>			<b>828</b>	<b>828</b>	<b>828</b>	<b>828</b>	<b>828</b>	<b>2,267</b>

Fuente: Elaboración propia

## Presupuesto de amortización

El presupuesto de amortización de Pet Toy se diseñó para reflejar la asignación sistemática de la depreciación de nuestros activos tangibles e intangibles a lo largo de su vida útil. Para mantener la integridad de nuestro saldo y garantizar que los recursos sean renovados y reemplazados adecuadamente, este proceso financiero es esencial.

Tabla 13: Presupuesto de amortización

PRESUPUESTO DE AMORTIZACION (17)									
DETALLE	Inversión inicial (sin IGV)	%	Vida útil	AMORTIZACION TECNICA					Valor de rescate al año 5
				1	2	3	4	5	
Total trámites y licencias	497	10%	10	50	50	50	50	50	248
Total gastos preoperativos	-	10%	10	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL AMORTIZACION</b>	<b>678</b>			<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>248</b>
<b>TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>				<b>878</b>	<b>878</b>	<b>878</b>	<b>878</b>	<b>878</b>	<b>2,515</b>

Fuente: Elaboración propia

### Inversión en capital de trabajo

La inversión de capital de Pet Toy se enfoca en los recursos financieros necesarios para respaldar nuestras operaciones diarias , como la gestión de inventario , cuentas por pagar y por cobrar y cuentas por cobrar. Esta Se requiere inversión para mantener un flujo de buen funcionamiento de fondos y garantizar el buen funcionamiento de nuestro negocio.

Tabla 14: Inversión en capital de trabajo

<b>METODO DEL PERIODO DE DESFASE (20)</b>											
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>											
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO ( AÑOS )										
	0	1	2	3	4	5					
Costo total anual sin considerar dep y amort (* )	S/	319,341	S/	392,962	S/	433,222	S/	457,292	S/	481,362	
Costo diario sin considerar dep y amort		S/	875	S/	1,077	S/	1,187	S/	1,253	S/	1,319
Número de días de desfase			30		30		30		30		30
<b>Necesidad de Capital de Trabajo</b>		S/	26,247	S/	32,298	S/	35,607	S/	37,586	S/	39,564
<b>Capital de trabajo incremental</b>	S/	26,247	S/	6,051	S/	3,309	S/	1,978	S/	1,978	
<b>Valor de recupero de capital de trabajo</b>									S/	39,564	

Fuente: Elaboración propia

### 7.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio de Pet Toy representa la cantidad de ventas necesaria para cubrir todos los gastos y costos sin perder dinero ni generar ganancias. Es un indicador fundamental que nos permite calcular cuántas unidades de nuestros juguetes interactivos para perros con alimentación incorporada. debemos vender para mantener nuestra estabilidad financiera.

Tabla 15:Punto de equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (19)</b>							
DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5	Unidades
Volumen total UND ( q )		3,650	4,015	4,380	4,745	5,110	
Precio ( p )		S/ 99					
Presupuesto de ingresos		S/ 361,350	S/ 397,485	S/ 433,620	S/ 469,755	S/ 505,890	
<b>COSTOS VARIABLES ( CV )</b>		S/ 240,699	S/ 267,169	S/ 291,239	S/ 315,309	S/ 339,379	S/
costo variable unitario ( cv )		S/ 66	S/ 67	S/ 66	S/ 66	S/ 66	S/ / Und
<b>COSTOS FIJOS ( CF ) ( ** )</b>		S/ 91,653	S/ 127,746	S/ 143,596	S/ 146,797	S/ 150,356	S/
costo fijo unitario ( cf )		S/ 25	S/ 32	S/ 33	S/ 31	S/ 29	S/ / Und
P.E. ( en q ) ( Und vendidas )		2,773	3,936	4,417	4,510	4,614	Und
P.E. ( en S/ )		S/ 274,502	S/ 389,646	S/ 437,322	S/ 446,490	S/ 456,809	S/

<b>Punto de equilibrio ( AÑO 1 )</b>			
Cantidad	ingresos	Egresos	Margen
q	pq	CF + cv*q	
1,230	121,798	172,784	-50,986
1,447	143,292	187,101	-43,810
1,703	168,578	203,945	-35,367
2,003	198,328	223,761	-25,434
2,357	233,327	247,074	-13,748
<b>P.E. = 2,773</b>	<b>274,502</b>	<b>274,502</b>	<b>-</b>
3,189	315,677	301,929	13,748
3,667	363,029	333,470	29,558
4,217	417,483	369,743	47,740
4,850	480,105	411,457	68,649
5,577	552,121	459,427	92,694

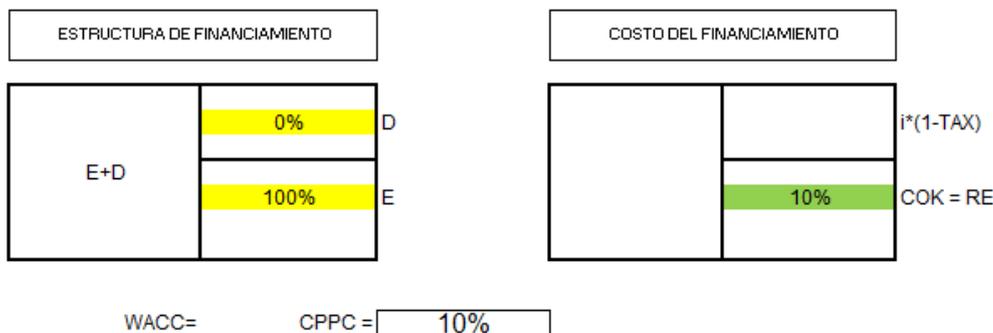
Fuente: Elaboración propia

## 7.9 FLUJO ECONÓMICO Y FINANCIERO PROYECTADO

El flujo financiero y económico proyectado de Pet Toy refleja el movimiento de dinero y las ganancias esperadas durante un período de tiempo. Esta herramienta ofrece una visión detallada de cómo anticipamos el impacto de nuestras operaciones en nuestras finanzas. Nos ayuda a garantizar la estabilidad económica de la empresa y a tomar decisiones informadas.

Tabla 16: Flujo económico y financiero

FLUJO DE CAJA ECONOMICO ( 21 )							
	0	1	2	3	4	5	
<b>+ Ingresos de efectivo por ventas</b>		S/ 361,350	S/ 397,485	S/ 433,620	S/ 469,755	S/ 505,890	
- Costos fijos ( * )		S/ 78,642	S/ 125,793	S/ 142,719	S/ 142,719	S/ 142,719	
- Costos variables		S/ 240,699	S/ 267,169	S/ 291,239	S/ 315,309	S/ 339,379	
- Depreciación y amortización		S/ 878					
- Intereses							
= <b>Utilidad antes de impuestos</b>		S/ 41,131	S/ 3,646	-S/ 1,215	S/ 10,850	S/ 22,915	
- Impuesto a la renta ( 29.5% de utilidad antes impuestos)		S/ 12,134	S/ 1,075	S/ -	S/ 3,201	S/ 6,760	
= <b>Utilidad después de impuestos</b>		S/ 28,998	S/ 2,570	-S/ 1,215	S/ 7,649	S/ 16,155	
+ Depreciación y amortización		S/ 878					
- Amortización de la deuda							
+ Préstamo							
= <b>FLUJO OPERATIVO</b>		S/ 29,875	S/ 3,448	-S/ 338	S/ 8,527	S/ 17,033	
- Inversión fija	S/ 6,407						
- Inversión en capital de trabajo	S/ 26,247	S/ 6,051	S/ 3,370	S/ 1,978	S/ 1,978	S/ -	
+ Valor de recupero de la inversión fija (venta de activos fijos)						S/ 2,515	
+ Valor de recupero del capital de trabajo						S/ 39,624	
= <b>FLUJO NO OPERATIVO</b>	-S/ 32,654	-S/ 6,051	-S/ 3,370	-S/ 1,978	-S/ 1,978	S/ 42,140	
= <b>FLUJO DE FONDOS ECONOMICO ( Sin IGV )</b>	-S/ 32,654	S/ 23,824	S/ 78	-S/ 2,316	S/ 6,548	S/ 59,172	
VNA	S/ 61,197						
VANE (10%)=	S/ 28,543						
TIRE=	34%						
							VAN Valor Actual Neto
							TIR Tasa Interna de Retorno



Fuente: Elaboración propia

## 7.10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

Pet Toy ha creado una estrategia comercial sólida y bien fundamentada que respalda su crecimiento en el mercado de juguetes interactivos con alimentos para perros. El negocio ha demostrado un compromiso firme con la calidad de sus productos y su enfoque en satisfacer las necesidades de sus clientes.

La inversión en capital de trabajo, el punto de equilibrio y el flujo económico y financiero proyectado dan una visión clara de la salud financiera de la empresa. A medida que Pet

Toy se expande en el mercado, estos componentes son esenciales para la toma de decisiones informadas y para garantizar la estabilidad financiera.

**Recomendaciones:**

Pet Toy debe mantener su enfoque en la calidad del producto y la satisfacción del cliente, dada una planificación financiera sólida y una comprensión del mercado. Además, sería ventajoso considerar la diversificación de productos y la expansión de la presencia en línea para llegar a un público más amplio.

La empresa también debe estar preparada para adaptar su plan financiero a medida que cambie el mercado. En un entorno empresarial en constante cambio, el monitoreo y la adaptación son esenciales.

En general, Pet Toy tiene un gran potencial de crecimiento y éxito y está en una posición fuerte para entrar en el mercado. Para lograr sus objetivos y alcanzar su objetivo de ser líder en la industria de juguetes interactivos para perros, es esencial llevar a cabo un plan financiero efectivo.

## 7.11 REFERENCIAS

- Pintor Anaya, J. (sf). Matriz Ansoff: ¿Qué es, estrategias, ejemplos? *RESISTENCIA Marketing Digital*. Recuperado de <https://staminamarketing.com/blog/matriz-ansoff-que-es-estrategias-ejemplos/>
- Foro Capital Pymes. (2018). Posición de un producto en el mercado: Matriz de Boston Consulting Group. Copyright 2018 © Foro Capital Pymes, SL. Recuperado de <https://forocapitalpymes.com/invertir-o-retirarse-del-mercado-matriz-de-boston-consulting-group/>
- Pareja, J. (2020, 27 de junio). Estrategia Competitiva en el Mercado: El reloj estratégico de Cliff Bowman. *LinkedIn*. Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/estrategia-competitiva-en-el-mercado-reloj-de-cliff-bowman-pareja>
- Alibaba.com. (s.f.). [Captura de pantalla de la página principal de Alibaba.com mostrando el rompecabezas educativo interactivo de encargo del perro del juguete]. Recuperado de [https://www.alibaba.com/product-detail/Custom-personalizado-juguete-interactivo-educativo-dog\\_1600698950065.html?spm=a2700.7735675.0.0.3ac2mT3PmT3P](https://www.alibaba.com/product-detail/Custom-personalizado-juguete-interactivo-educativo-dog_1600698950065.html?spm=a2700.7735675.0.0.3ac2mT3PmT3P)