CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Tienda Especializada en la venta de Productos y Accesorios para Mascotas Denominada Pets World, Ubicada en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia Pacayacu”

Proyecto Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTOR:

Pedro Mauricio Delvicier Campoverde

TUTOR:

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insausti

D. M. Quito, 21 de agosto del 2022

DEDICATORIA

A Dios por ser guía espiritual de todos mis proyectos. A mi padre, familiares y amigos que con su gran cariño, apoyo y respaldo me han motivado alcanzar con éxito mi objetivo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco, primero a Dios por brindarme la bendición de poder alcanzar un objetivo pendiente de mi vida. Al Instituto por abrirme las puertas y brindarme una educación de calidad, permitiéndome llegar a ser una profesional.

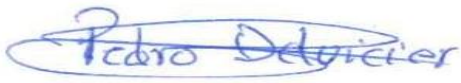
A todos los docentes que con sus conocimientos aportaron en mi formación.

A mis amigos y familiares, los cuales con sus consejos y palabras de apoyo me motivaron a seguir adelante hasta alcanzar el objetivo planteado.

AUTORÍA

Yo, Pedro Mauricio Delvicier Campoverde autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Pedro Mauricio Delvicier Campoverde

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: El **Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. **Pedro Mauricio Delvicier Campoverde** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. Pedro Mauricio Delvicier Campoverde realizó el trabajo fin de carrera titulado: **"Proyecto de factibilidad para la implementación de una tienda especializada en la venta de productos y accesorios para mascotas denominada Pets World, ubicada en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia Pacayacu",** para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en él Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti.**
DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, el Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Pedro Mauricio Delvicier Campoverde, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado:**, "Proyecto de factibilidad para la implementación de una tienda especializada en la venta de productos y accesorios para mascotas denominada Pets World, ubicada en la provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia Pacayacu",** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti **Pedro Mauricio Delvicier Campoverde**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA ii
AGRADECIMIENTO iii
AUTORÍA iv
CERTIFICACIÓN v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA vi
ÍNDICE DE TABLAS xii
ÍNDICE DE FIGURAS xiv
RESUMEN EJECUTIVO 15
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL 17
Creación de la empresa 17
Descripción de la empresa 18
Importancia 18
Características 18
Tamaño y distribución de la empresa de la empresa. 20
Estudio arquitectónico. 20
Estructura interna del establecimiento. 21
Necesidades que satisfacer. 22
Necesidad de seguridad. 23
Necesidad social de filiación. 23
Necesidad de reconocimiento 24
Localización de la empresa 24
Filosofía empresarial 25
Misión 26
Visión 26
Objetivos empresariales 27
Metas 27
Estrategias 28
Políticas 29
FODA 31
Fortalezas: 31
Oportunidades: 32
Debilidades: 32

Amenazas:.....32
Desarrollo organizacional.....33
Tipo de estructura 33
Formalización 34
Centralización - descentralización.....34
Integración 35
Flujograma de procesos 35
Organigrama empresarial. 37
Funciones del personal 38
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....44
Marketing: 44
Objetivo de mercadotecnia.....44
Investigación de mercado.....45
Modalidad. 46
Plan de muestreo 47
Análisis de las encuestas. 48
Pregunta A:.....48
Pregunta 1:.....50
Pregunta 2:.....51
Pregunta 3:.....52
Pregunta 4:.....53
Pregunta 5:.....54
Pregunta 6:.....55
Pregunta 7:.....56
Pregunta 8:.....57
Pregunta 9:.....58
Pregunta 10:.....59
Análisis general. 60
Entorno empresarial 61
Microentorno 62
Amenaza de entrada de nuevos competidores en el mercado.....64
Competencia directa. 64
Competencia indirecta. 64

Clientes. 65
Proveedores. 65
Macroentorno 67
Factor económico. 68
Factor tecnológico. 68
Factor socio – cultural. 69
Factor político. 69
Producto y Servicio. 70
Producto esencial. 70
Producto real. 71
Características. 71
Calidad. 72
Estilo. 72
Marca. 72
Producto aumentado. 73
Diferenciación. 73
Plan de introducción al mercado. 74
Distintivos y uniformes. 74
Materiales de identificación. 76
Logotipo 76
Tarjetas de presentación. 77
Hoja membretada. 78
Canales de distribución 80
Promoción 80
Contacto 80
Correspondencia 81
Negociación 81
Financiamiento de publicidad 81
Riesgo y oportunidad 82
Fijación de precios. 83
Fijación de precios estándar. 83
Implementación del negocio 87
Arriendo del local. 87

Equipos industriales. 87
Equipos de computación. 88
Muebles y enseres. 88
Equipos industriales de seguridad. 89
Suministros de oficina 90
Servicios básicos. 90
Materiales de limpieza. 91
4. PROCESO EMPRESARIAL 92
Aspecto legal. 92
Servicio de rentas internas (SRI). 92
RUC (Registro Único de Contribuyente). 92
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos. 94
Patente municipal. 95
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). 95
Registro de nuevo empleador. 95
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL 97
Objetivo de área: 97
Objetivos de desarrollo sostenible (ODS) 98
Principio 6: agua y saneamiento. 98
Principio 12: producción y consumo responsable. 98
Impacto ambiental. 99
Responsabilidad social. 100
Principio 4: educación de calidad 100
Principió 8: trabajo decente y crecimiento económico. 100
6. PROCESO FINANCIERO 103
Introducción. 103
Inversión. 103
Activos fijos. 104
Activos diferidos 105
Capital de trabajo 105
Inversión total 106
Sueldos 107
Beneficios legales 108

Depreciación de activos fijos..... 109
Amortizaciones..... 110
Tabla de amortización capital financiado..... 111
Estructura de capital..... 112
TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)..... 113
Punto de equilibrio..... 113
Margen de contribución..... 114
Costo de ventas..... 116
Flujo de caja..... 118
Cálculo del VAN y el TIR..... 119
VAN (Valor Actual Neto) o VPN..... 119
Tir (Tasa Interna de Retorno)..... 120
Interpretación del TIR..... 121
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 123
Conclusiones..... 123
Recomendaciones..... 125
REFERENCIAS..... 126
ANEXOS..... 129
Anexo 1: informe turnitin..... 129
Anexo 2: formulario de encuesta..... 130
Anexo 3: equipos industriales..... 132
Anexo 4: equipos de computación..... 132
Anexo 5: muebles y enseres..... 133
Anexo 6: equipos industriales de seguridad..... 134
Anexo 7: suministros de oficina..... 135
Anexo 8: insumos de limpieza..... 137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01.....38
Tabla 02.....39
Tabla 03.....40
Tabla 04.....41
Tabla 05.....42
Tabla 06.....43
Tabla 07.....48
Tabla 08.....49
Tabla 09.....50
Tabla 10.....51
Tabla 11.....52
Tabla 12.....53
Tabla 13.....54
Tabla 14.....55
Tabla 15.....56
Tabla 16.....57
Tabla 17.....58
Tabla 18.....59
Tabla 19.....66
Tabla 20.....81
Tabla 21.....84
Tabla 22.....85
Tabla 23.....86
Tabla 24.....87
Tabla 25.....87
Tabla 26.....88
Tabla 27.....88
Tabla 28.....89

Tabla 29 90
Tabla 30 90
Tabla 31 91
Tabla 32 104
Tabla 33 105
Tabla 34 106
Tabla 35 107
Tabla 36 107
Tabla 37 108
Tabla 38 108
Tabla 39 109
Tabla 40 110
Tabla 41 111
Tabla 42 112
Tabla 43 114
Tabla 44 114
Tabla 45 115
Tabla 46 116
Tabla 47 117
Tabla 48 118
Tabla 49 119
Tabla 50 121
Tabla 51 122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 21
Figura 2 22
Figura 3 25
Figura 4 36
Figura 5 37
Figura 6 37
Figura 7 48
Figura 8 49
Figura 9 50
Figura 10 51
Figura 11 52
Figura 12 53
Figura 13 54
Figura 14 55
Figura 15 56
Figura 16 57
Figura 17 58
Figura 18 59
Figura 21 67
Figura 22 74
Figura 23 75
Figura 24 76
Figura 25 77
Figura 26 78
Figura 27 79
Figura 28 115

“Proyecto de factibilidad para la Implementación de una tienda especializada en la comercialización de productos y accesorios para mascotas denominada Pets World, ubicada en la provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia Pacayacu.”,

Pedro Mauricio Delvicier Campoverde
Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti
D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene la finalidad de determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada exclusivamente a la comercialización de productos y accesorios para mascotas en la provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia Pacayacu. Para ello se realizó un estudio organizacional y del entorno empresarial en donde se detallan las características inherentes de la organización, su estructura interna y el análisis de los factores internos y externos que tienen influencia en las operaciones del establecimiento. Por medio de la investigación de mercado realizada a la población del barrio central de la parroquia Pacayacu que en base a la segmentación de mercado la muestra poblacional es de 108 núcleos familiares en donde se aplicó una encuesta y en donde se pudo conocer las preferencias del target al que está dirigido el emprendimiento, la frecuencia de adquisición de productos y accesorios para las mascotas, como además la viabilidad del proyecto.

Entre los aspectos legales que deben considerarse para la creación de este tipo de establecimiento están los siguientes; la obtención del Registro único de contribuyentes (RUC), el registro de nuevo empleador (IESS), el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos y la patente municipal emitida por el municipio del Canto Lago Agrio.

De acuerdo con el análisis de los impactos ambientales producto del ejercicio de las operaciones del establecimiento se ha podido identificar cuáles son las afectaciones ambientales que se pueden generar y las medidas adoptadas para controlar y mitigar dichos daños al ambiente. Pets World ha considerado cuatro objetivos de desarrollo sostenible (ODS) fundamentales en las operaciones de la organización y que son los siguientes: agua y saneamiento, producción y consumo responsable, educación de calidad, trabajo decente y crecimiento económico.

Se calcularon los costos inherentes al inicio de las operaciones comerciales de la empresa, costos fijos, variables, ingresos y egresos, analizando la rentabilidad por los indicadores financieros VAN y TIR. El estudio financiero realizado muestra el nivel de inversión requerida para llevar a cabo el presente proyecto que es USD 52.032,98, de los cuales el total de inversión se realizará con un 61% de fondos propios y un 39% de capital financiado, finalmente se muestra que es factible desde un punto de vista económico ya que el VAN del mismo es positivo y la tasa interna de retorno es de 24,63%.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

> Para la creación de una microempresa se debe tener presente la idea de negocio; ya sea la inclusión de pequeñas innovaciones tecnológicas, modificaciones a productos o servicios ya existentes, incursión en nuevos usos para productos o servicios existentes, o en el descubrimiento de productos o servicios que estarían faltando y son necesarios para suplir algún requerimiento o exigencia (Weinbeger, 2009).

Creación de la empresa

Pets World surge de la necesidad y la motivación de contar en el sector con un establecimiento dedicado exclusivamente a la comercialización de productos, artículos y accesorios en general para mascotas, en donde el propósito fundamental es atender y solventar las necesidades que tienen los animales domésticos. Las mascotas en la actualidad son consideradas un miembro muy importante en cada una de las familias en donde viven y se desarrollan, hasta el punto de ser considerados un hijo más en el entorno familiar que al igual que una persona tiene muchas necesidades que en ocasiones son especiales y que tienen que ser satisfechas. Pets World es un emprendimiento comprometido en la venta directa de productos y accesorios de distinta variedad y de buena calidad.

Descripción de la empresa

Importancia

En la sociedad moderna, las mascotas han ido poco a poco ganándose un lugar importante dentro de los hogares en donde sus dueños cada día que pasa les conceden algunos privilegios llegando incluso a consentirlas demasiado. Actualmente existe una nueva formación cultural en la sociedad en donde se tiene presente las responsabilidades y el cuidado integro que necesitan las mascotas en sus diferentes etapas de desarrollo y crecimiento al lado del ser humano. La compañía de los animales domésticos en la vida de las personas tiene un impacto positivo y es bien reconocido por lo que se ha logrado un gran cambio en los hábitos que se tenía anteriormente en cuanto a los aspectos de cuidado e higiene se les brindaba, por esta misma razón los dueños de mascotas hoy en día hacen énfasis en todos los temas relacionados al cuidado de las mismas siendo recíprocos con el cariño que brindan ellas.

Características

Responsabilidad social: Pets World entiende y comprende la situación actual que se vive a nivel mundial por causa de la pandemia por lo que se compromete a elaborar y diseñar estrategias que permitan brindar sus servicios de la forma más segura posible adoptando los protocolos de bioseguridad establecidos, además de adaptar sus instalaciones para que los usuarios se sientan cómodos y seguros al mismo tiempo.

Innovación: Pets World realizará la implementación de procesos innovadores y dispondrá de herramientas que estén a la vanguardia de la tecnología que permitan brindar sus servicios de la mejor forma posible hacia sus usuarios.

Responsabilidad ambiental: Pets World es consciente de la contaminación ambiental que se vive a nivel mundial, es por esa misma razón que cuenta con recipientes de reciclaje dentro y fuera de sus instalaciones para el depósito de los desechos, además de trabajar conjuntamente con los organismos competentes en la realización de campañas que ayuden a mitigar y reducir la contaminación ambiental.

Personal profesional capacitado: Pets World cuenta con el personal plenamente capacitado para brindar asesoría sobre los mejores productos en base a los requerimientos de cada uno de los clientes garantizando su satisfacción al recibir la mejor atención por parte del personal colaborador.

Actividad

Pets World es un establecimiento de comercio, en donde se brindará productos de higiene, alimenticios, estéticos, antiparasitarios, de entretenimiento y accesorios en general para las mascotas.

Tamaño y distribución de la empresa de la empresa.

Pets World es una microempresa que tiene dos áreas básicas funcionales: área administrativa y área operativa.

En el área administrativa se encuentra un espacio pequeño destinado para realizar reuniones con el personal interno y externo de la organización, mientras que el área operativa se divide en recepción con su propio espacio, área de caja y el área exclusiva de ventas que es la más grande de la empresa.

El establecimiento tiene el espacio suficiente y adecuado para brindar comodidad y seguridad a los usuarios para que puedan recorrer el área en donde están los productos que se encuentran a su disposición.

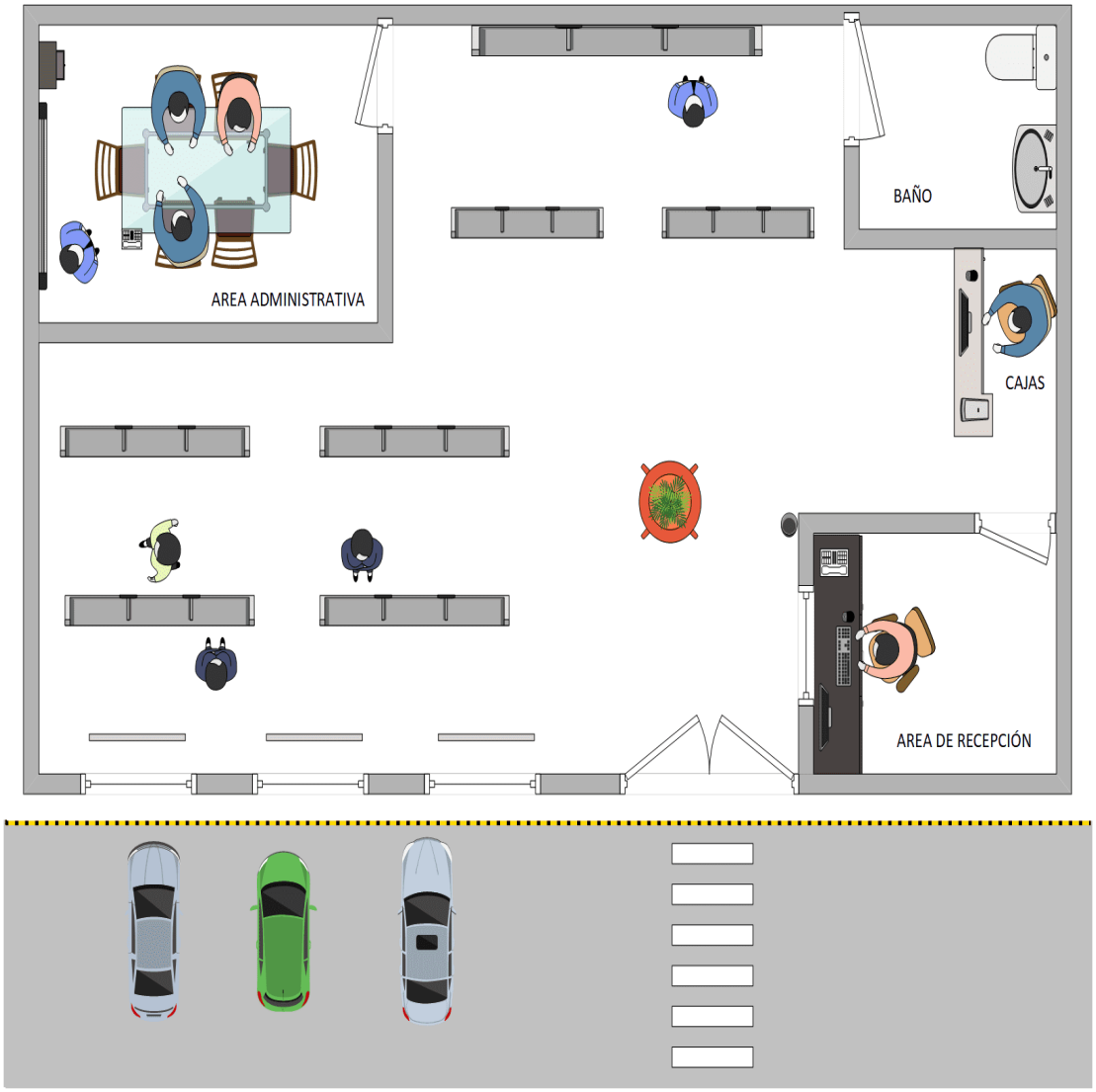
Estudio arquitectónico.

Para el diseño del establecimiento se realizó un análisis de las necesidades internas de la empresa para tener un uso adecuado del espacio como lo son: la división de cada una de las áreas funcionales, la ubicación de estantes, vitrinas y soportes, además del espacio adecuado entre la estanterías y vitrinas de exhibición que permitan el libre ingreso y salida de clientes y personal que se encuentra laborando.

Estructura interna del establecimiento.

Figura 1

Diseño de la infraestructura del establecimiento



Nota: diseño de las áreas funcionales de la empresa Pets World.

Necesidades que satisfacer.

Figura 2

Pirámide de Maslow

Nota: adaptado de ¿Qué es la pirámide de Maslow?, Armero, 2021, recuperado de https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow/

El clásico modelo de la jerarquía de necesidades de Maslow propone que existen cinco necesidades básicas. Maslow aseguraba que las necesidades forman una jerarquía en el sentido de que, cuando una persona no satisface sus necesidades fisiológicas se concentra en estas. Cuando tales necesidades están satisfechas, las necesidades de seguridad se convierten en determinantes principales e importantes del comportamiento. Cuando estas se satisfacen, la pertenencia se vuelve importante, y así sucesivamente ascendiendo en la jerarquía (Jobber & Lancaster, 2012, p.p. 403 - 404).

Necesidad de seguridad.

Las mascotas al recibir la atención que necesitan para solventar algunas de sus necesidades se sentirán más seguras y tendrá más confianza en la relación con sus dueños, además de mejorar notablemente su estilo de vida, mientras que los clientes que optan por los servicios del emprendimiento estarán en un ambiente cómodo y tranquilo en donde se garantiza la calidad en todos sus productos.

Los colaboradores que desempeñan sus funciones en la empresa tendrán la seguridad que se va a garantizar sus derechos mediante el cumplimiento de la normativa vigente, las leyes y reglamentos en el Ecuador, siempre velando por la integridad física y mental de quienes formen parte de la organización.

Necesidad social de filiación.

La necesidad social de afiliación de la empresa en la parte interna está compuesta sólidamente por un buen ambiente de trabajo y un excelente clima laboral en donde todos los colaboradores se sientan motivados, demostrándoles que sus habilidades, destrezas y esfuerzos son valorados día a día en el desarrollo y crecimiento de la organización.

En la relación mascota – dueño se brindará un asesoramiento de los cuidados esenciales que tienen las mascotas con el propósito de mejorar la relación interna de la mascota y el dueño.

Necesidad social externa: Pets World se compromete siempre en mantener y mejorar regularmente las relaciones profesionales de seguridad, confianza, respeto y solidaridad con sus usuarios, proveedores y visitantes a través de los diferentes canales de comunicación de una forma eficiente, clara y concisa.

Necesidad de reconocimiento

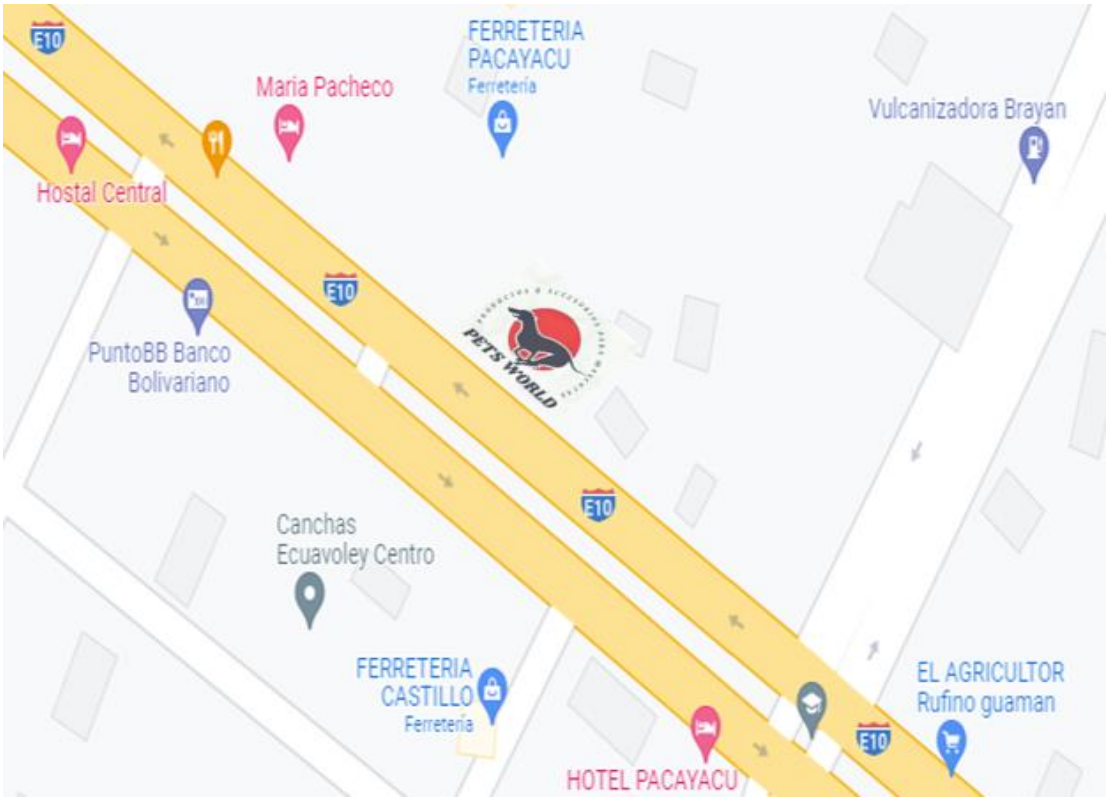
Pets World a través del servicio que brinda con la más alta calidad por medio de su personal altamente capacitado garantizando la satisfacción de sus clientes que a través de su marca busca obtener el éxito, crecimiento y posicionamiento en el mercado logrando satisfacer esta necesidad.

Localización de la empresa

Pets World está ubicada en el Ecuador, provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio, parroquia Pacayacu, km 42 vía Tarapoa – Puerto el Carmen, zona centro.

Figura 3

Ubicación parroquia Pacayacu



Nota: imagen extraída de la ubicación de la parroquia Pacayacu, Google Maps, 2022, (https://www.google.com.ec/maps/@-0.0415655,-76.5877803,19z?hl=es)

Filosofía empresarial

La filosofía empresarial se define como un conjunto de ideas, principios y valores de la organización, así mismo como de las metas y objetivos propuestos y que comparten los colaboradores que son parte de la misma, además que la cultura empresarial rige los lineamientos sobre la conducta y la ética de los trabajadores en dicha institución (Bateman & Snell, 2009, p. 75).

Misión

> Es la declaración del propósito y el alcance de la empresa en términos del producto y del mercado. La misión define el papel de la organización dentro de la sociedad en la que se encuentra, y significa su razón de ser. La misión de la organización se define en términos de la satisfacción de alguna necesidad del ambiente externo y no de ofrecer un simple producto o servicio (Chiavenato, 2011, p. 17).

Pets World es un emprendimiento comprometido en brindar un excelente servicio en la venta directa de productos y accesorios en general para mascotas, con la mejor atención de la mano de colaboradores profesionales llenos de valores y principios humanísticos, cumpliendo siempre los más altos estándares de calidad que garanticen la satisfacción de los usuarios.

Visión

> La visión organizacional, o visión del negocio, se refiere a lo que la organización desea ser en el futuro. La visión es muy inspiradora y explica por qué las personas dedican a diario la mayor parte de su tiempo al éxito de su organización (Chiavenato, 2011, p. 18).

Llegar en cinco años a ser una tienda líder en la comercialización de productos exclusivos para mascotas reconocidos a nivel cantonal, buscando siempre incorporar procesos innovadores que permita seguir creciendo cada día, cumpliendo las expectativas puestas en la empresa por los clientes y enfocados en que el servicio mejore sustancialmente la calidad de vida de las mascotas.

Objetivos empresariales

- Alcanzar un posicionamiento sólido del emprendimiento en el mercado a través de la fidelización de los clientes.
- Adquirir instalaciones propias y adecuarlas para poder brindar siempre el mejor servicio a los usuarios.
- Diseñar estrategias de marketing que permitan abarcar una cuota de mercado más amplia llegando a más clientes potenciales.

Metas

- Elaboración de estrategias que permitan obtener un mayor y rápido reconocimiento y posicionamiento de la marca en el mercado en 1 año.
- Obtención de un establecimiento propio en una zona estratégica de gran afluencia comercial en un plazo no mayor a 36 meses, además contar con el suficiente espacio para introducir más variedad de productos y accesorios.

- Creación y desarrollo del propio dominio web del emprendimiento y la implementación del social media como medios para aumentar la presencia digital de la marca en el plazo de 6 meses.

Estrategias

Estrategias genéricas de Michael Porter:

Las estrategias permiten a las empresas obtener una ventaja competitiva desde tres bases distintas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Porter denomina a estas bases *estrategias genéricas.* El *liderazgo en costos* destaca la fabricación de productos estandarizados a un costo por unidad muy bajo para consumidores que son sensibles al precio. La *diferenciación* es una estrategia cuyo objetivo es elaborar productos y servicios considerados como únicos en la industria y dirigidos a consumidores que son poco sensibles al precio. El *enfoque* conlleva a la elaboración de productos y servicios que satisfagan las necesidades de grupos pequeños de consumidores (Fred R, 2003, p. 175).

Alta segmentación:

- Analizar y estudiar el comportamiento del mercado objetivo mediante un estudio de mercado.

Liderazgo en costos:

- Identificar e implementar mejoras en el servicio que aporten a optimizar los recursos de la empresa a través de procesos de innovación y mejora continua.

Diferenciación:

- Diversificar y aumentar poco a poco la línea de productos que se ofertan en el emprendimiento.

Políticas

Los trabajadores:

- Se prohíbe en su totalidad cualquier acto de discriminación entre colaboradores y a su vez hacia los clientes.
- Brindar el mejor trato de una forma justa y esmerados en poder satisfacer las necesidades o inquietudes de los clientes.
- Cumplir con los horarios, tareas y metas establecidas por la empresa.
- Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas, sustancias estupefacientes y fumar en las instalaciones de la empresa.
- Utilizar correctamente el uniforme.
- Cumplir con las tareas y asignaciones de cada uno de los trabajadores.
- Cumplir con los protocolos de bioseguridad establecidos por la empresa.

- Respetar y cumplir las políticas y normas establecidos por la empresa
- Mantener respeto mutuo entre todos los compañeros.
- Queda totalmente prohibido fomentar calumnias o chismes en contra de los demás compañeros de trabajo.

La empresa:

- Ser responsable de mantener la seguridad tanto física como mental de sus colaboradores y clientes.
- Ser responsable de generar un ambiente adecuado de trabajo para sus colaboradores.
- Cumplir con todas sus obligaciones adquiridas tanto jurídicas, económicas y sociales para con sus colaboradores, proveedores y el estado.
- Promover las buenas prácticas empresariales.
- Brindar capacitación continua a los colaboradores en temas relacionados al giro del negocio.
- Brindar el servicio que ofrece el emprendimiento, cumpliendo los más altos estándares de calidad por medio de procesos de innovación y mejora continua.
- Desarrollar y fortalecer las relaciones empresa – cliente a través de procesos de comunicación oportuna y veraz.

FODA

Las variables externas son aquellas que se encuentran fuera de la supervisión y dominio de una empresa, pero que pueden influir directamente en el desarrollo o crecimiento de una organización, mientras que las variables internas surgen de las actividades que se desarrollan al interior de la misma y que pueden ser mitigadas, controladas y aprovechadas (Fred R, 2003).

Fortalezas:

- Equipo de trabajo profesional y plenamente capacitado.
- Diversidad de productos con el más alto estándar de calidad.
- Herramientas a la vanguardia de la tecnología que facilitan la realización del servicio.
- Instalaciones con la infraestructura adecuada.
- Únicos en el sector que se especializan al 100% a la venta de productos y accesorios exclusivos para las mascotas.

Oportunidades:

- Incremento en la demanda de productos para mascotas
- Poca competencia en este tipo de negocio en el sector.
- Gran cantidad de afluencia de personas que conviven en los alrededores del sector.

Debilidades:

- Limitado capital de trabajo para iniciar las operaciones.
- Riesgo de rotación del personal colaborador.
- Poca experiencia en el mercado objetivo.

Amenazas:

- Lenta recuperación de la economía por causa de la pandemia.
- Demanda irregular del mercado.
- Cambios en las regulaciones monetarias y tributarias del país.
- Falta de interés en el cuidado de las mascotas.

Desarrollo organizacional.

> El DO es un esfuerzo planificado de toda la organización y controlado desde el nivel más alto para incrementar la efectividad y el bienestar de la organización mediante intervenciones planificadas en los procesos de la organización, aplicando los conocimientos de las ciencias de la conducta (Beckhard 1996, como se cito en Hernandez, Gallarzo, & Espinoza, 2011, p. 8).

Tipo de estructura

En Pets World la comunicación será de tipo vertical en donde se lo realizará desde el nivel jerárquico superior hasta el nivel más bajo con el propósito de facilitar cada una de las etapas de la administración, ejecución, control y supervisión de los procesos que garanticen que se brinde el mejor servicio de atención a los clientes.

La organización se encuentra estructurada jerárquicamente de la siguiente manera:

Nivel gerencial:

Administrador.

Nivel operativo:

Auxiliar de ventas.

Recepcionista.

Formalización

La empresa se regirá al cumplimiento de su reglamento interno, normativa, políticas y lineamientos desarrollados estratégicamente por medio de su cultura organizacional, además de obedecer y respetar las leyes y normativa vigentes en el Ecuador, en las mismas que se encuentra inmersa la organización por el ámbito de sus operaciones garantizando los derechos de sus colaboradores.

Centralización - descentralización

Pets World realizará la centralización de sus actividades administrativas en todas las áreas que forman parte de la organización, desde el nivel más alto de jerarquía hasta el nivel más bajo con el propósito de tener un control eficiente que permita la toma de las mejores decisiones en la dirección y administración de la empresa, garantizando la confianza, seguridad y satisfacción de los clientes que son los principales embajadores del reconocimiento y el posicionamiento de la marca.

La descentralización de sus operaciones se la implementa dentro de la organización en el desarrollo eficiente de las actividades inherentes de los cargos propios de los trabajadores en sus diferentes áreas específicas y en algunos procesos de participación conjunta con ideas creativas, opiniones y soluciones en bienestar de la organización.

Integración

La integración organizacional está compuesta por el modelo de gestión interno, procesos administrativos, operacionales que forman parte de la organización y de los procedimientos establecidos en cada una de sus áreas, que permitan el desarrollo de un buen clima laboral. El mismo sistema de gestión por medio del procesamiento y análisis de la información producida internamente determina la conexión existente entre dichos procesos y actividades propias de la empresa, en donde la cooperación conjunta del equipo de trabajo sea de forma equitativa.

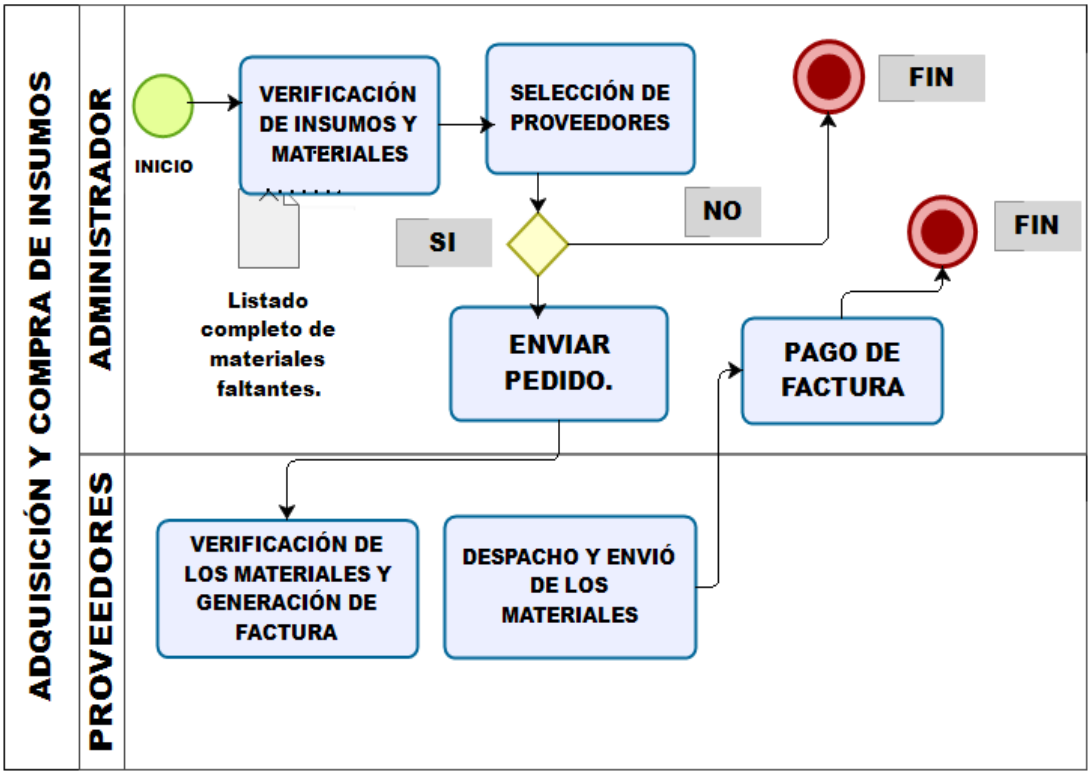
Flujograma de procesos

Proceso de adquisición de insumos y materiales.

En el proceso se detallan todas las actividades que se realizan para poder adquirir los insumos y materiales que se utilizan en el servicio que ofrece la empresa. Las actividades que forman parte de este proceso son las siguientes: verificación de insumos y materiales, selección del proveedor, envió de pedido, despacho y envió del pedido por parte del proveedor y pago de la factura correspondiente.

Figura 4

Proceso de adquisición de insumos y materiales

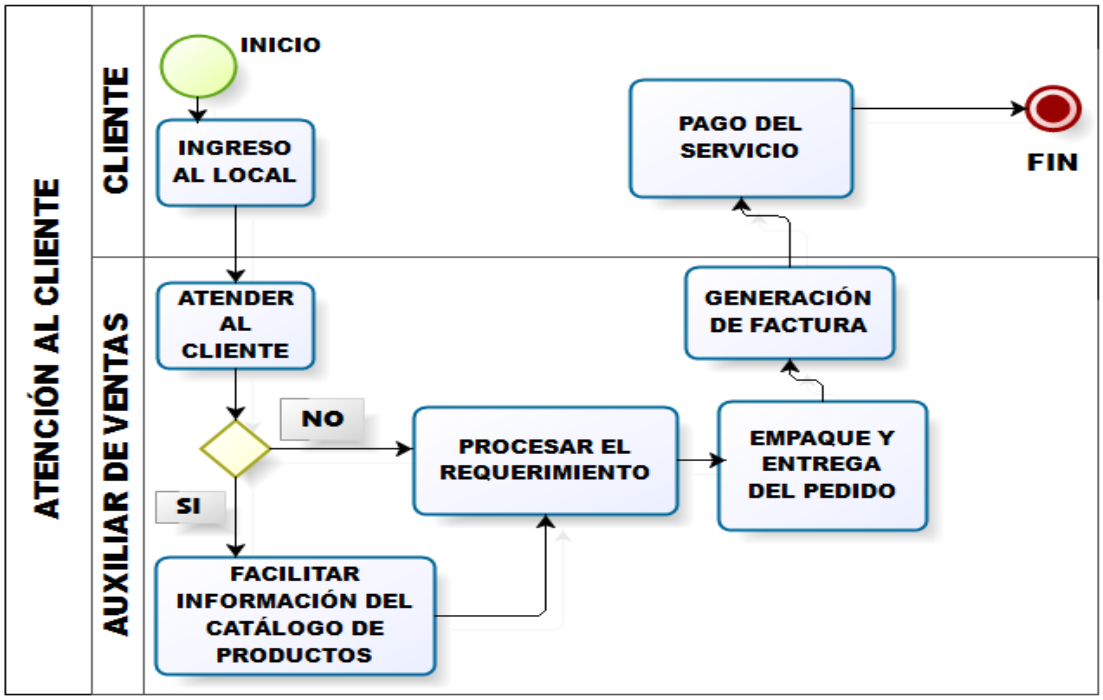


Proceso de atención al cliente.

El siguiente proceso inicia con la llegada o visita de un cliente a la ubicación del negocio en donde la persona encargada del área de ventas le recibe escuchando atento el requerimiento, dependiendo de la necesidad del cliente se le ofrece los productos específicos que se tienen para solventar dicha necesidad, además de si el cliente lo permite se le brinda un catálogo con la variedad de productos que se tienen en el establecimiento para las mascotas. Una vez procesado el requerimiento se entrega el producto seleccionado y se genera la factura y el pago correspondiente.

Figura 5

Proceso de atención al cliente



Organigrama empresarial.

El diseño del organigrama es funcional de acuerdo a la jerarquía estructural de la organización.

Figura 6

Organigrama empresarial

Funciones del personal

Perfil del puesto

Tabla 01

Especificaciones del cargo de Administrador

ADMINISTRADOR	
Detalles generales del puesto de Administrador.	
Empresa	Pets World
Unidad administrativa	Área gerencial y administrativa
Misión del puesto	Administrar, coordinar y supervisar las tareas y funciones que tiene la organización en cada una de sus áreas, además de realizar la planificación de los procedimientos administrativos que permitan la optimización de dichos procesos, dar soluciones a los problemas o inconvenientes que puedan surgir en las operaciones de la organización.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración, control y supervisión de las funciones, tareas y toma de decisiones importantes para el desarrollo de la organización.
Remuneración	$ 600 dólares.

Nota: especificaciones y detalles generales del cargo de administrador del establecimiento Pets World.

Méritos y aspectos a considerar

Tabla 02

Méritos y aspectos a considerar para el cargo de administrador

Instrucción formal	**Capacitación**
• Tecnólogo Superior en Administración de Empresas o Título de cuarto nivel relacionado con la Administración. • Dominio del idioma de inglés.	• Dominio de procesos administrativos. • Certificación en procesos de contratación de personal. • Relaciones públicas. • Dominio de software de ofimática. • Conocimiento en principios financieros
Experiencia	**Competencias del puesto**
• Experiencia mínima de 2 años como gerente o administrador de una empresa.	• Resolución de conflictos. • Análisis financiero. • Manejo de personal. • Toma de decisiones. • Liderazgo. • Atención al cliente. • Facilidad de comunicación. • Iniciativa • Trabajo en equipo • Lineamientos de control.

Nota: habilidades y competencias requeridas para el cargo de administrador.

Perfil del puesto.

Tabla 03

Especificaciones del cargo de Auxiliar de Ventas

AUXILIAR DE VENTAS	
Detalles generales del puesto	
Empresa	Pets World
Unidad administrativa	Área operativa
Misión del puesto	Brindar soporte al personal interno y solventar los requerimientos del personal externo de la organización, además de recibir y ayudar a los clientes que necesiten información y concretar los procesos de ventas.
Denominación del puesto	Auxiliar de Ventas
Rol del puesto	Atender a los clientes con sus requerimientos y brindarles asesoría en la selección de algún producto en particular, realizar actividades de apoyo en las diferentes áreas de la empresa.
Remuneración	$ 500 dólares.

Nota: especificaciones y detalles generales del cargo de Auxiliar de ventas del establecimiento Pets World.

Méritos y aspectos a considerar

Tabla 04

Méritos y aspectos a considerar del cargo de Auxiliar de Ventas

Instrucción formal	**Capacitación**
• Titulo Técnico o Superior en Ventas.	• Planificación de actividades • Habilidades administrativas. • Conocimiento en software de ofimática. • Destrezas en servicio al cliente • Conocimiento básico de contabilidad. • Manejo adecuado del lenguaje
Experiencia	**Competencias del puesto**
• No se requiere experiencia para el puesto.	• Responsabilidad. • Puntualidad. • Proactivo. • Tolerancia al estrés y al trabajo bajo presión. • Comunicación. • Orientación al usuario. • Tener iniciativa. • Planificación y organización. • Manejo de gestión

Nota: habilidades y competencias requeridas para el cargo de Auxiliar de Ventas.

Perfil del puesto

Tabla 05

Especificaciones del cargo de Recepcionista

RECEPCIONISTA	
Detalles generales del puesto	
Empresa	Pets World
Unidad administrativa	Área operativa
Misión del puesto	Brindar soporte al personal interno, mantener el área de la organización ordenada, atender las sugerencias de los clientes.
Denominación del puesto	Recepcionista
Rol del puesto	Realizar actividades de orden, limpieza y clasificación de residuos dentro y fuera de la empresa, ayudar con tareas administrativas que se le asignen, y ayudar a los clientes en los procesos de compras, reclamos, o sugerencias.
Remuneración	$ 450 dólares.

Nota: especificaciones y detalles generales del cargo de Recepcionista del establecimiento Pets World.

Méritos y aspectos a considerar

Tabla 06

Méritos y aspectos a considerar del cargo de Recepcionista

Instrucción formal	**Capacitación**
Bachiller.	• Habilidades administrativas. • Conocimiento en software de ofimática. • Destrezas en servicio al cliente • Manejo adecuado del lenguaje.
Experiencia	**Competencias del puesto**
• No se requiere experiencia para el puesto.	• Responsabilidad. • Puntualidad. • Proactivo. • Comunicación. • Servicio al cliente • Amabilidad • Trabajo en equipo • Eficiencia • Educación y buena actitud.

Nota: habilidades y competencias requeridas para el cargo de Recepcionista.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Marketing:

> Definido ampliamente, el marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes (Kotler & Armstrong, 2013, p. 5).

Objetivo de mercadotecnia

Establecer el reconocimiento de la marca Pets World en el subconsciente de los usuarios y consumidores para lograr obtener un mejor posicionamiento del mercado haciendo hincapié especialmente en los cuidados necesarios y especiales que requieren las mascotas en cada una de las etapas de su vida que pasan al lado ser humano, a través de la difusión del logo y la marca por medio de campañas publicitarias en medios físicos y digitales.

Investigación de mercado.

"Investigación de mercados es la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la dirección" (McDaniel & Gates, 2016, p. 4).

Pets World en el proceso de investigación de mercados aplico el método de investigación aplicada y sistemática para poder recoger información de fuentes primarias y secundarias que después de su respectivo análisis permite el poder identificar y comprender el entorno en donde se desenvolverá la organización y sus operaciones, además de poder identificar algunas características de clientes potenciales como la fuerte tendencia al cuidado y bienestar de las mascotas por parte de sus propietarios.

Es la investigación de campo en donde por medio de una encuesta con el propósito fundamental de recoger información esencial y de vital importancia para poder definir algunos lineamientos y directrices aplicables al servicio que se brinden en la organización, además que este método de investigación permite conocer claramente cuáles son las preferencias que tiene el target en cuanto se refiere al cuidado de las mascotas.

La investigación de mercado realizada permite tener una visión clara del mercado objetivo al que se está ofertando el servicio previsto por la empresa y las variables que implican el mismo.

Modalidad.

> Según datos obtenidos del censo poblacional realizado por el INEC en el año 2010 en la parroquia Pacayacu existía un total de 8.249 habitantes con un 53,82 % de hombres y un 46, 18 % de mujeres, además de tener una tasa de crecimiento promedio del 2,41 % dando como resultado una proyección de 10.753 habitantes para el año 2020, (GAD Parroquial de Pacayacu, 2020).

En el presente trabajo realizado por medio de la observación y la investigación de campo en base a la segmentación de la población se determinó que existen 150 núcleos familiares en el barrio central de la parroquia Pacayacu que tienen animales domésticos en sus hogares. La recolección de datos por medio de un muestreo probabilístico a través de las encuestas se lo realizó de forma presencial cumpliendo con los protocolos de bioseguridad establecidos por motivo de la pandemia actual, en donde en una semana se encuestó a un grupo de 108 núcleos familiares de forma aleatoria de distintas edades que varían entre los 25 a 65 años de edad que viven el barrio central de la parroquia Pacayacu.

Plan de muestreo

Por medio de la realización de una encuesta a una población finita del casco urbano de la parroquia permite realizar el análisis de las diferentes variables y preferencias del target, además de proporcionar información que facilita comprender mejor el mercado teniendo un conocimiento claro de los clientes poténciales que deseen adquirir el servicio que brinda la marca.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula:

N= tamaño de la población segmentada (150 núcleos familiares).

Z= nivel de confianza 95% (1.96)

P= probabilidad de éxito 50% (0.5)

Q= probabilidad de fracaso 50% (0.5)

e= error de estimación muestral 5%

n= tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{150 * (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{0{,}05^2 * (150-1) + (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = \frac{144}{1{,}3329}$$

$$n = 108$$

Aplicada la fórmula arroja como resultado que el tamaño de la muestra debe de ser de 108 encuestas.

Análisis de las encuestas.

(ver anexo 2)

Pregunta A: ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Tabla 07

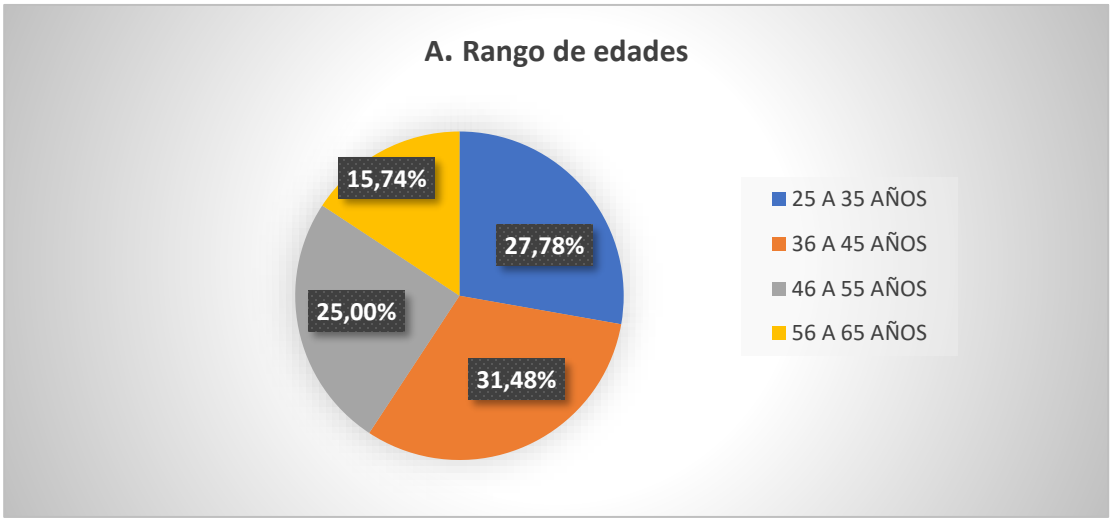
Resultados obtenidos de la encuesta pregunta A

RANGO DE EDAD	CANTIDAD	%
25 a 35 AÑOS	30	27,78%
36 a 45 AÑOS	34	31,48%
46 a 55 AÑOS	27	25,00%
56 a 65 AÑOS	17	15,74%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: en la presente tabla se muestra la variación en las edades de las personas encuestadas.

Figura 7

Edades de las personas encuestadas



Análisis: los resultados obtenidos en las encuestas demuestran que existe en su mayoría un público adulto entre la edad 36 a 45 años, seguido por un público adulto de 25 a 35 años de edad. Las estrategias de marketing de Pets World deben de ser direccionadas en especial a estos grupos segmentados del público objetivo.

Pregunta B: Género.

Tabla 08

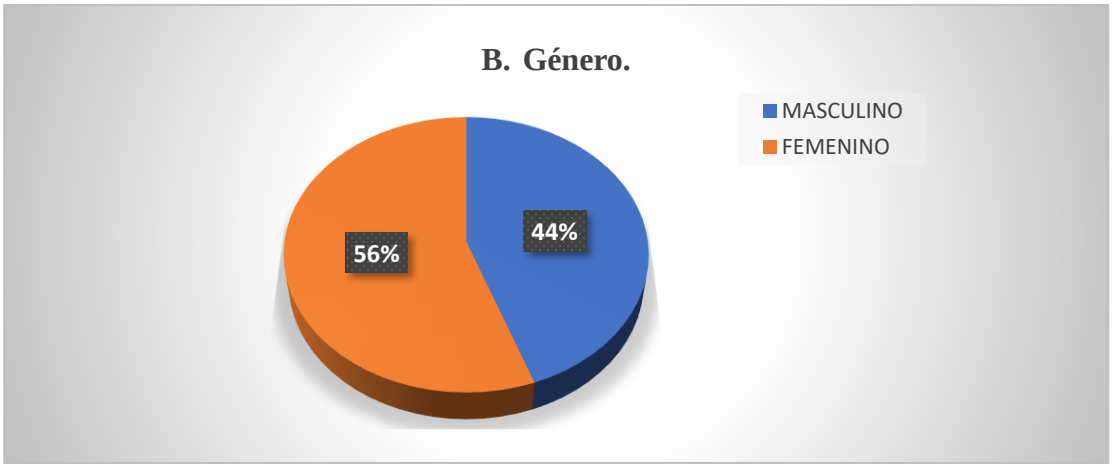
Genero de la muestra de la población

GÉNERO	CANTIDAD	%
MASCULINO	48	44%
FEMENINO	60	56%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: en la presente tabla se describe en base a los resultados de las encuestas el porcentaje de cada uno de los géneros.

Figura 8

genero personas encuestadas



Análisis: del total de las personas encuestadas se obtuvo los resultados que en su mayoría son mujeres con un 56% y un 44% son hombres. En relación con los resultados las estrategias que permitan tener más clientes potenciales pueden ir direccionadas hacia ambos géneros ya que no existe una variación muy significativa.

Pregunta 1: ¿Le gustan los animales domésticos?

Tabla 09.

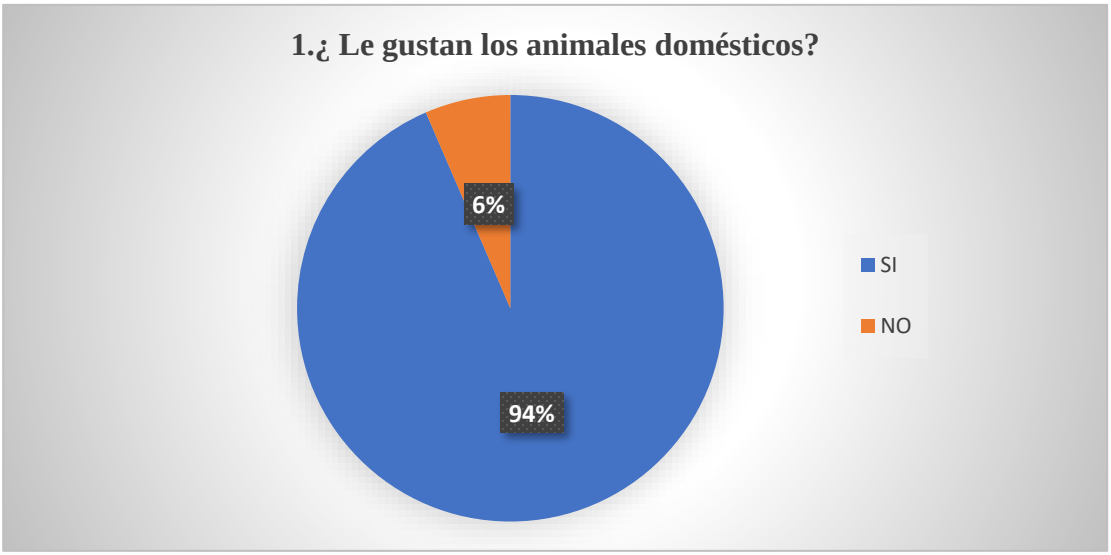
Preferencia y apego emocional por los animales domésticos.

PREGUNTA 1	CANTIDAD	%
SI	101	94%
NO	7	6%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: resultados obtenidos de las preferencias de las personas hacia las mascotas.

Figura 9

Representación gráfica de la pregunta 1 de la encuesta



Análisis: la mayoría de personas encuestas de la muestra tiene una preferencia por los animales domésticos, lo que indica que existe una cuota de mercado bastante amplia en el sector de la parroquia Pacayacu.

Pregunta 2: ¿Tiene usted animales domésticos en casa?

Tabla 10

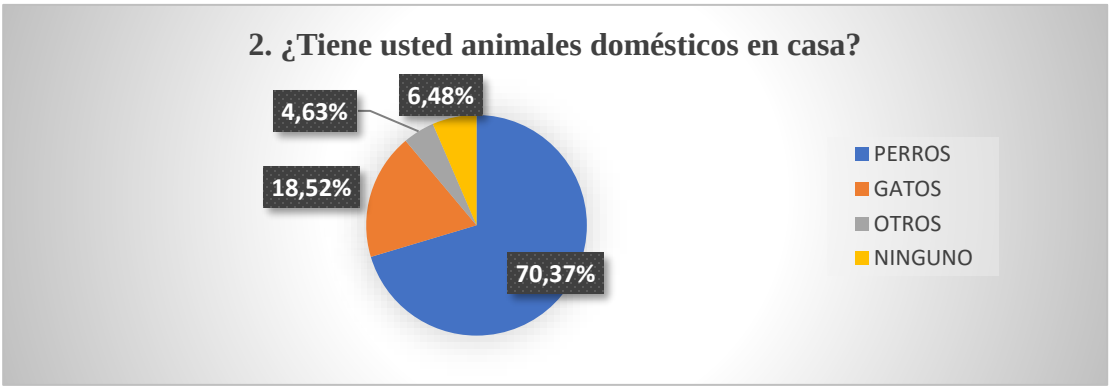
Tipo de mascota que prefieren los habitantes de la parroquia Pacayacu.

PREGUNTA 2	CANTIDAD	%
PERROS	76	70,37%
GATOS	20	18,52%
OTROS	5	4,63%
NINGUNO	7	6,48%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: se muestran los resultados del tipo de mascotas que prefieren las personas de la parroquia Pacayacu.

Figura 10

Representación gráfica pregunta 2 de la encuesta



Análisis: del total de las 108 personas encuestas se determinó que en su mayoría tienen como mascotas a los perros y es en base a esta clase de segmento que se debe de ofertar diferente clase de productos y direccionar las estrategias de venta.

Pregunta 3: ¿Cuántas mascotas tiene usted en el hogar?

Tabla 11

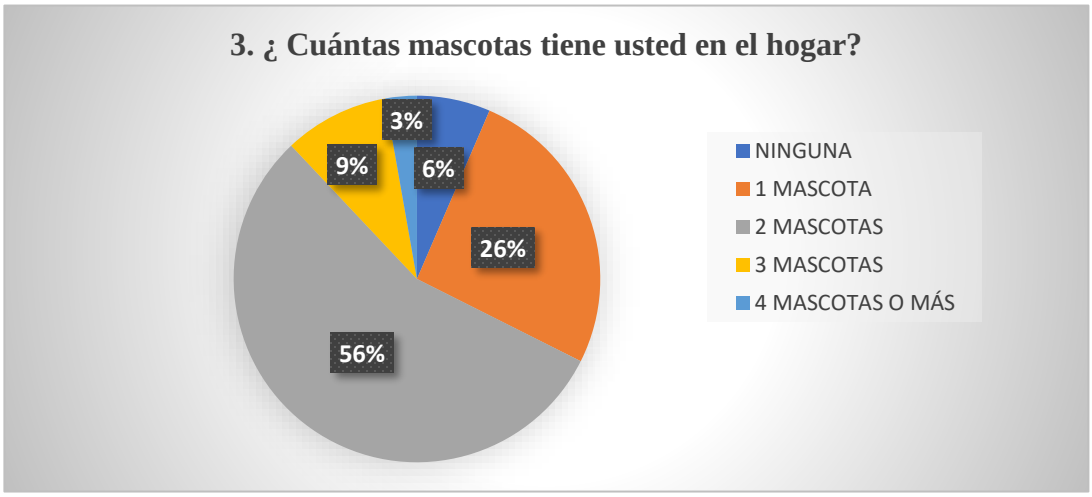
Cantidad de mascotas que tienen las personas en los hogares

PREGUNTA Nº 3	CANTIDAD	%
NINGUNA	7	6%
1 MASCOTA	28	26%
2 MASCOTAS	60	56%
3 MASCOTAS	10	9%
4 MASCOTAS O MÁS	3	3%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: se muestra la cantidad de mascotas que tienen las personas de la parroquia en sus hogares.

Figura 11

Representación gráfica pregunta 3 de la encuesta



Análisis: del total de las encuestas realizadas se obtuvo que el 56% de las personas encuestadas tienen dos mascotas en sus hogares, lo que significa que necesitan invertir más en productos y accesorios para solventar las necesidades de las mismas.

Pregunta 4: ¿Considera usted que es importante una buena salud, higiene y estética de su mascota?

Tabla 12

¿Es importante mantener una buena salud, higiene y estética de las mascotas?

PREGUNTA 4	CANTIDAD	%
SI	94	87%
NO	14	13%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: la presente tabla muestra los resultados obtenidos en las encuestas sobre el cuidado integral de las mascotas.

Figura 12

Representación gráfica pregunta 4 de la encuesta

Análisis: según los datos obtenidos de las personas encuestadas al 87% cree que es importante cuidar del bienestar de sus mascotas, demostrando así que existe una demanda de productos exclusivos para los animales domésticos y un mercado potencial que necesita ser cubierto.

Pregunta 5: ¿Qué tipo de productos y accesorios adquiere usted para el cuidado de su mascota?

Tabla 13

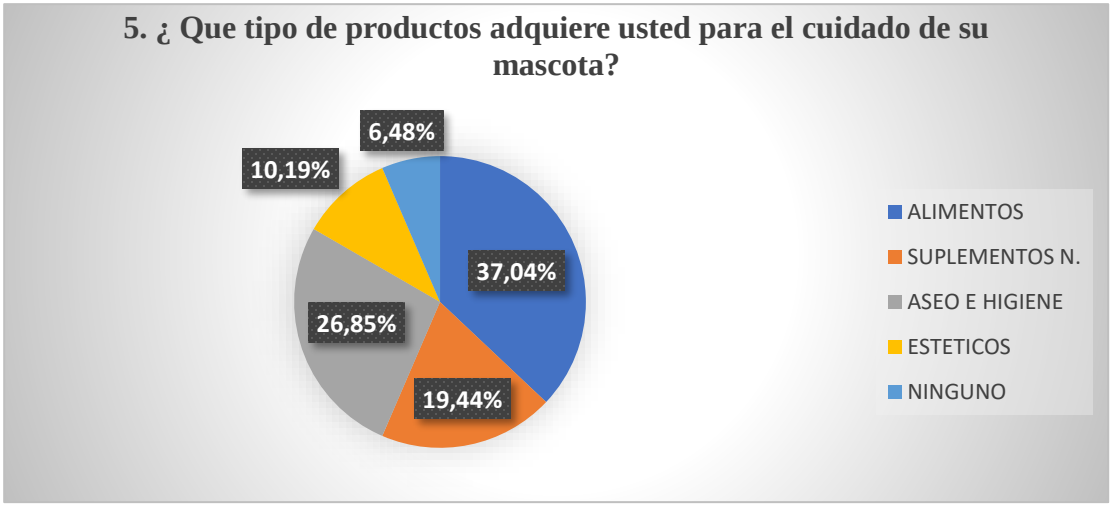
Preferencia de compra de productos para mascotas

PREGUNTA Nº 5	CANTIDAD	%
ALIMENTOS	40	37,04%
SUPLEMENTOS N.	21	19,44%
ASEO E HIGIENE	29	26,85%
ESTETICOS	11	10,19%
NINGUNO	7	6,48%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: la tabla describe cuales son los principales productos que las personas adquieren para sus mascotas.

Figura 13

Representación gráfica pregunta 5 de la encuesta



Análisis: de las personas encuestadas se pudo llegar a conocer que el 37, 04% prefieren comprar alimentos para sus mascotas, por lo que es necesario enfocarse en ofertar esta línea de productos especialmente en el establecimiento.

Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia adquiere usted productos y accesorios para su mascota?

Tabla 14

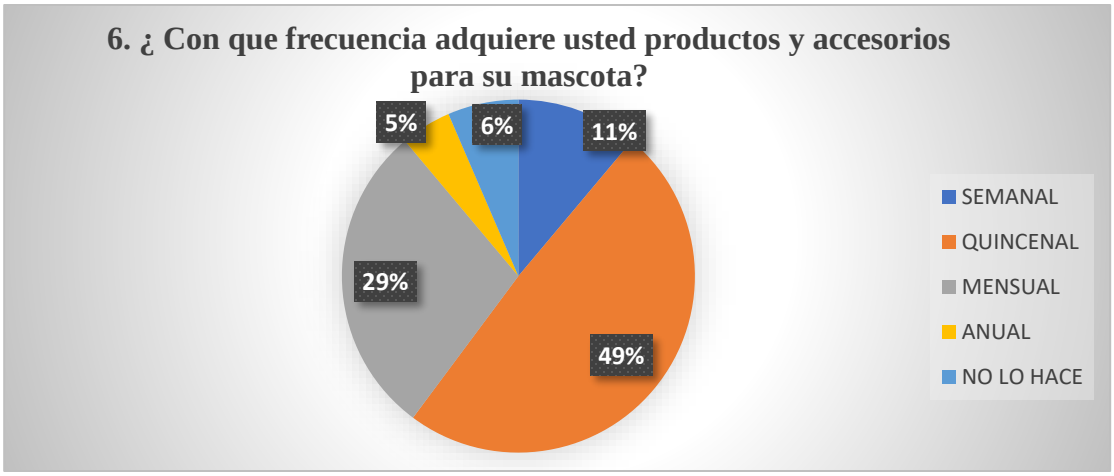
Frecuencia de adquisición de productos para mascotas

PREGUNTA Nº 6	CANTIDAD	%
SEMANAL	12	11%
QUINCENAL	53	49%
MENSUAL	31	29%
ANUAL	5	5%
NO LO HACE	7	6%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: se muestra en la presente tabla la frecuencia en que las personas adquieren los productos para sus mascotas.

Figura 14

Representación gráfica pregunta 6 de la encuesta



Análisis: del total de las personas encuestadas se obtuvo, que un 49% prefieren comprar productos para su mascota cada 15 días, lo que demuestra el consumo frecuente de productos para el cuidado de las mascotas. Además, esta información sirve como referencia para poder desarrollar promociones y descuentos en días específicos de cada mes.

Pregunta 7: ¿Cuál es el presupuesto mensual que asigna usted para el cuidado y bienestar de su mascota?

Tabla 15

Presupuesto asignado para el cuidado de las mascotas

PREGUNTA Nº 7	CANTIDAD	%
20 DÓLARES	32	29,63%
30 DÓLARES	45	41,67%
40 DÓLARES	18	16,67%
50 DÓLARES O MÁS	6	5,56%
NO LO HACE	7	6,48%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: se detalla en la tabla el presupuestó mensual que asignan las personas que tienen mascotas para realizar su cuidado.

Figura 15

representación gráfica pregunta 7 de la encuesta

Análisis: de las 108 encuestas realizadas se tiene como resultado que un 41,67% de las personas encuestadas asignan un presupuesto mensual de 30 dólares para el cuidado de las mascotas, demostrando de esta manera que existe una preocupación constante en velar por su bienestar por parte de sus propietarios.

Pregunta 8: ¿Considera usted que es adecuado abrir una tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para mascotas en la parroquia Pacayacu?

Tabla 16

¿Es adecuado abrir la tienda especializada en la venta de productos y accesorios para mascotas?

PREGUNTA 8	CANTIDAD	%
SI	91	84%
NO	17	16%
TOTAL	**108**	**100%**

nota: se muestra los resultados obtenidos en las encuestas en donde la mayoría de las personas considera que es adecuado abrir el establecimiento.

Figura 16

Representación gráfica pregunta 8 de la encuesta

Análisis: de los datos obtenidos por medio de la encuesta se logró conocer que el 84% de las personas encuestadas considera que, si es importante contar en el sector con un centro exclusivo que se dedique a la venta directa de productos y accesorios para las mascotas, lo señala que existe una buena posibilidad del ingreso de un nuevo negocio en el sector en esta línea de mercado.

Pregunta 9: ¿Considera usted que existe alguna tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para las mascotas en el sector?

Tabla 17

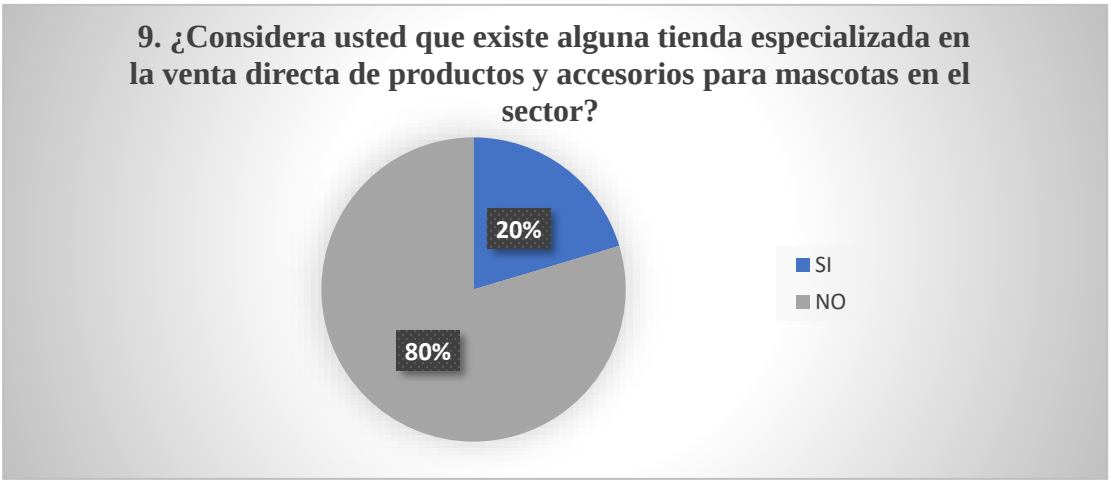
Alguna tienda de similares características en el sector

PREGUNTA 9	CANTIDAD	%
SI	22	20%
NO	86	80%
TOTAL	**108**	**100%**

Nota: la tabla describe los resultados si existe o no algún tipo de establecimiento comercial de iguales características que Pets World.

Figura 17

Representación gráfica pregunta 9 de la encuesta



Análisis: del total de las 108 encuesta realizadas el 80% de las personas considera que no existe un lugar adecuado que se especialice en la comercialización de productos y accesorios para mascotas, lo que es un indicativo de una necesidad latente que necesita ser satisfecha a través del emprendimiento.

Pregunta 10: ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir de la tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para mascotas denominada Pets World?

Tabla 18

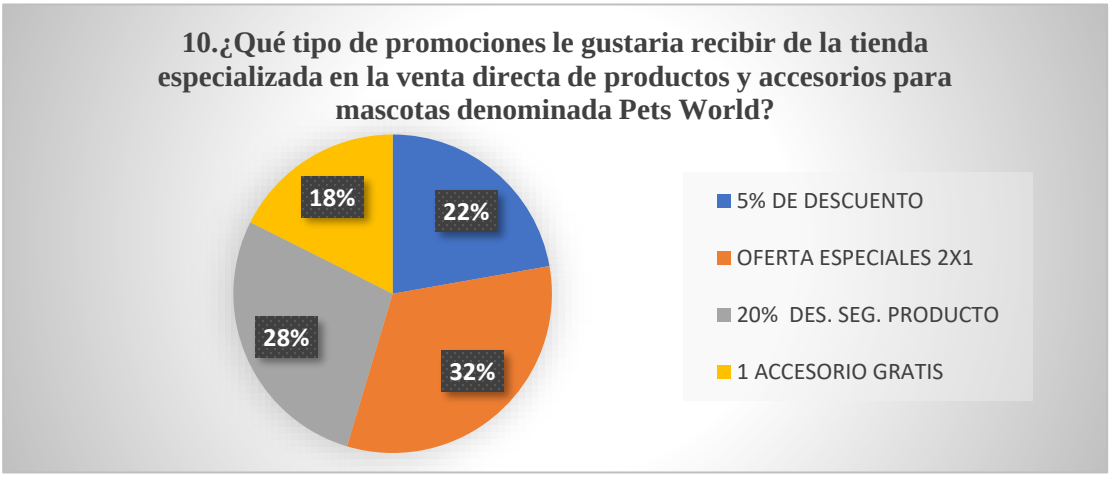
Tipos de ofertas y promociones del establecimiento

PREGUNTA 10	CANTIDAD	%
5% DE DESCUENTO	24	22%
OFERTA ESPECIALES 2X1	35	32%
20% DES. SEG. PRODUCTO	30	28%
1 ACCESORIO GRATIS	19	18%
TOTAL	**108**	**100%**

nota: se muestran en la presente tabla las preferencias en cuanto a las ofertas y promociones que les gustaría recibir a los clientes potenciales.

Figura 18

Representación gráfica pregunta 10 de la encuesta



Análisis: según los datos obtenidos de las personas encuestadas el 32% está de acuerdo y le agrada la idea de recibir promociones de Pets World en ofertas del 2x1, es por ello que principalmente entre las medidas de publicidad de Pets World estará enfocada en este tipo de ofertas y las promociones en diversos productos y accesorios.

Análisis general.

Una de las conclusiones de los datos obtenidos por medio de la investigación de mercado es que el público objetivo al que van dirigido el servicio del emprendimiento se determina que la mayoría de las personas encuestadas están entre los 25 a 45 años de edad y que con una pequeña diferencia la mayoría también son mujeres que se encargan de cuidar de las mascotas que los acompañan en el hogar.

Con el análisis de los resultados también se puede llegar a concluir que la mayoría del target al que va dirigido la idea de negocio tienen una fascinación por los animales domésticos, como también que la mayor parte de las personas encuestadas tienen una o varias mascotas en sus hogares ya sea un perro o un gato y en un pequeño porcentaje tiene otra clase de especie como mascota.

Con la información obtenida de las personas encuestadas se puede determinar cuáles son las preferencias que tienen los dueños o propietarios de mascotas en cuanto a su cuidado y bienestar les concierne, entre ellos se conoce que la mayoría de personas encuestadas prefieren adquirir productos alimenticios para sus mascotas, además también se puede observar que un porcentaje bastante alto prefieren comprar productos de aseo e higiene para el cuidado de los animalitos domésticos. En base a estas preferencias es que se debe de enfocar los esfuerzos de marketing del equipo de trabajo para el beneficio y crecimiento de la organización.

Con el análisis de la información se tiene la confianza y seguridad que existe una amplia posibilidad en la viabilidad y ejecución del proyecto de factibilidad para la implementación de la tienda especializada en venta de productos y accesorios para mascotas denominada Pets World.

En base a los resultados obtenidos la mayoría de personas encuestadas considera que no existe algún otro lugar que se especializa en solventar las necesidades de las mascotas en el sector de la parroquia Pacayacu a través de la venta directa de productos y accesorios exclusivos para los animales domésticos.

Entorno empresarial

> Las organizaciones no son absolutas, no están solas en el mundo ni se encuentran en el vacío. Como sistemas abiertos, operan en un ambiente que las envuelve y ciñe. Se denomina ambiente a todo lo que rodea a una organización. De este modo, ambiente es el contexto dentro del cual existe la organización o el sistema (Chiavenato, 2011, p.p. 23 - 24).

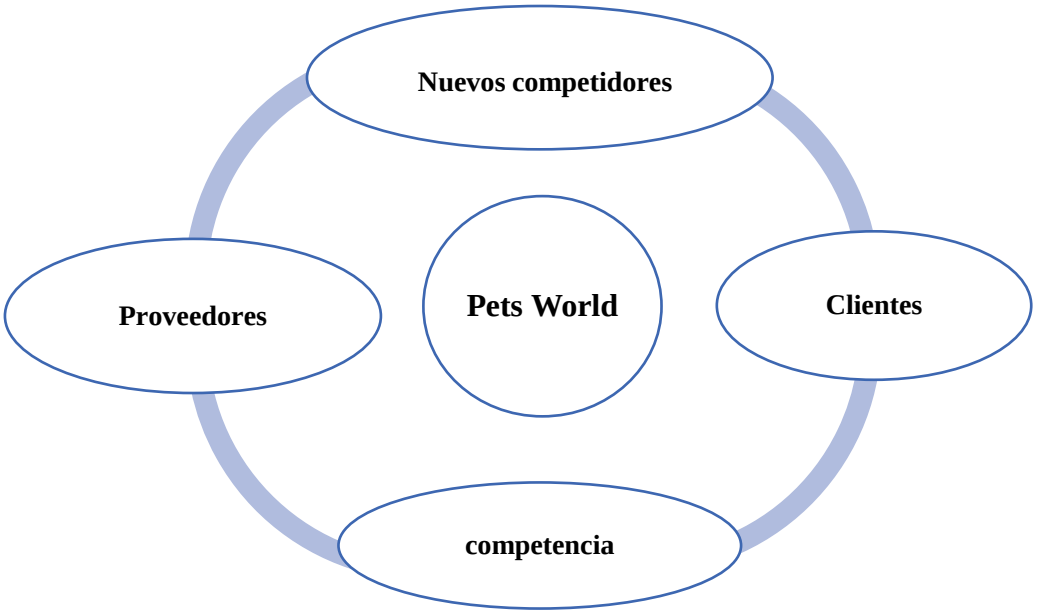
Microentorno

De acuerdo con Bateman & Snell, (2009) señalan que: “toda organización funciona también en un ambiente competitivo más cercano e inmediato, que incluye a las otras organizaciones con las cuales interactúa directamente” (p.58).

Pets World considera el análisis del micro entorno a determinados factores internos que pueden afectar el desarrollo del emprendimiento.

Figura 19

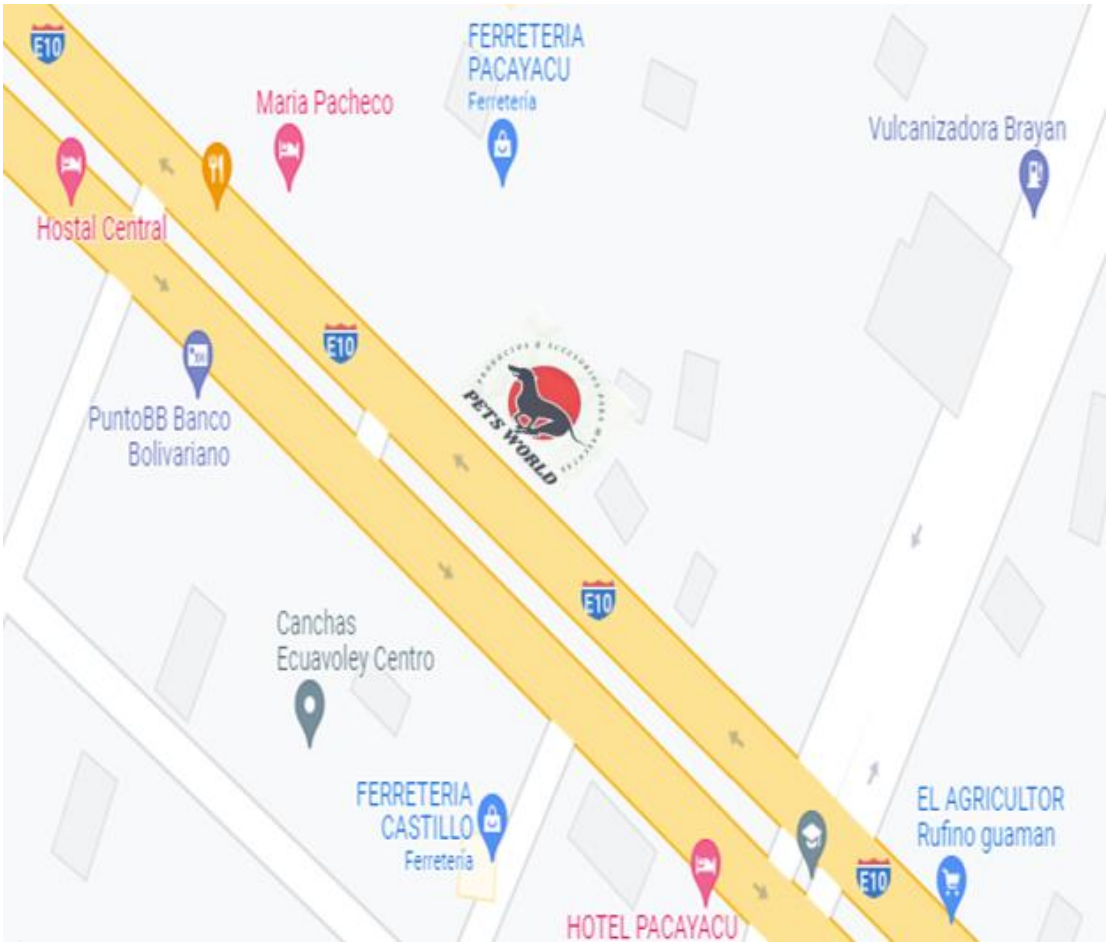
Factores del microentorno



Nota: se describen cuáles son los factores internos que tiene el establecimiento.

Figura 20

Ubicación del establecimiento



Nota: imagen adaptada de la ubicación de la parroquia Pacayacu y del establecimiento, Google Maps, 2022, (https://www.google.com.ec/maps/@-0.0415655,-76.5877803,19z?hl=es)

Amenaza de entrada de nuevos competidores en el mercado.

El modelo de negocio al que se está ingresando es bastante llamativo y de interés para las demás personas por lo que existe la posibilidad de que el emprendimiento resulte amenazado con el ingreso de nuevos negocios similares en el sector en donde se ubica la empresa. Por la misma razón se debe generar estrategias que permitan lograr el posicionamiento y reconocimiento de la marca a través de la diversificación de sus servicios.

Competencia directa.

Pets World como establecimiento de venta directa de productos y accesorios para mascotas que no tiene en el sector de la parroquia Pacayacu algún establecimiento similar como competencia directa.

Competencia indirecta.

Pets World tiene tres establecimientos de competencia indirecta que comercializan en el sector varios productos antiparasitarios, kit de aseo y medicamentos genéricos para el cuidado de las mascotas.

Establecimientos agropecuarios de competencia indirecta:

- Agropecuaria Alan N.º 2
- Agropecuaria “SUAREZ”
- Agropecuaria “El Agricultor”

Clientes.

Pets World es un emprendimiento que está dirigido a familias de la parroquia Pacayacu y sus alrededores independientemente de su estrato socio económico, que tienen a su cargo algún tipo de mascota (perros/ gatos) y que se preocupan constantemente en el desarrollo y bienestar de las mismas.

Proveedores.

El compromiso de Pets World es garantizar la satisfacción de los usuarios y clientes por lo que mantendrá relaciones laborales con proveedores reconocidos a nivel nacional que garanticen la calidad en todos sus productos.

Tabla 19.

Listado de proveedores del establecimiento

PROVEEDORES		
Materiales e insumos		
Proveedor	**característica**	**producto**
AGRIPAC	• Productos de calidad. • Amplia trayectoria en el mercado. • Garantía	• Alimentos para perros y gatos. • Productos de aseo • Antiparasitarios.
DISPROVEC ECUADOR S.A.	• Productos de calidad. • Variedad de productos. • Importación y distribución.	• Medicamentos. • Productos de higiene y belleza. • Multivitamínicos.
PRONACA	• Garantía. • Diferentes marcas de alimentos.	• Alimentos para mascotas
MUNDO MAGICO DE LA MASCOTA	• Productos de alta calidad. • Variedad de productos. • Precios competitivos. • 25 años de experiencia en el mercado.	Juguetes. Placas de identificación. Arnés y collares. Jaulas. Bebederos, entre otros productos más.

Nota: información referencial de los posibles proveedores del establecimiento Pets World.

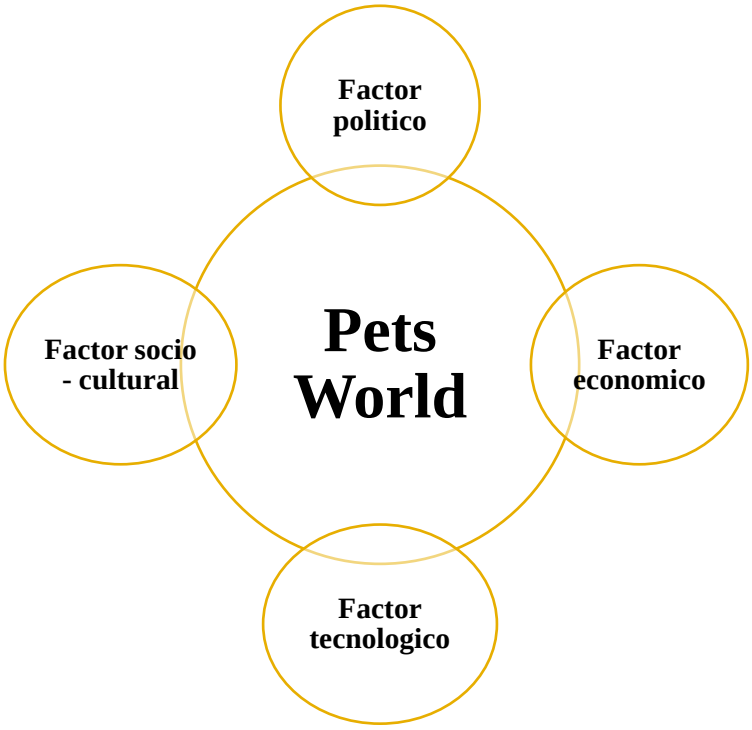
Macroentorno

Según Bateman & Snell, (2009) “Todas las organizaciones operan en un macroambiente, que se define por los elementos más generales del ambiente externo que, de forma potencial, pueden influir en las decisiones estratégicas” (p. 52).

En el siguiente análisis del macroentorno se toma en cuenta los factores externos que pueden influir de manera directa o indirecta en el desarrollo de la organización.

Figura 21

Factores del macroentorno



Nota: se describen los factores externos que pueden afectar las operaciones del establecimiento.

Factor económico.

Hoy en día en la actualidad la mayoría de negocios y emprendimientos están afectados económicamente por la pandemia originada a finales del año 2019 en China por el virus sar covid 19 y que llego al país en el mes de febrero del 2020, esta pandemia causo a escala mundial grandes pérdidas y repercusiones económicas en los distintos sectores productivos comerciales y de servicios.

Pets World es consciente de la situación económica a nivel nacional y mundial por lo cual establecerá precios competitivos de acuerdo a la necesidad del mercado tomando en cuenta las variables que influyen en la compra de insumos y materiales necesarios para las operaciones de la empresa.

Factor tecnológico.

La evolución constante en los avances tecnológicos ha permitido que se desarrollen grandes cambios en las distintas áreas del diario vivir. Este elemento tecnológico es una variable muy importante en el desarrollo y crecimiento de la empresa, aprovechando las oportunidades que brindan el internet y las plataformas digitales se puede considerar estrategias de marketing que ayuden al posicionamiento de la marca.

Factor socio – cultural.

Para la mayoría de sociedades, las mascotas siempre han formado parte de las diferentes facetas en la vida de las personas, las mismas que son consideradas como aquellos amigos y compañeros que siempre están cerca para dar cariño y amor incondicional.

En la actualidad se puede observar que existe un cambio en la conciencia colectiva y social en donde los dueños de mascotas tienen una preocupación constante por su desarrollo y bienestar tanto físico y mental, por lo que buscan el poder solventar las necesidades de las mismas.

Factor político.

Pets World al ser un emprendimiento situado en el territorio nacional ecuatoriano se encontrará afectado por las decisiones tomadas por las bancadas políticas que conforman el poder legislativo, además de las resoluciones y modificaciones emitidas por el poder ejecutivo en el ámbito comercial interno y externo del país. La empresa por el giro de negocio al que dedica sus operaciones se encuentra sometida al control por la agencia de Regulación y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), como ente encargado de establecer las políticas y regulaciones para el funcionamiento de este tipo de negocios.

Se cumplirá estrictamente con las disposiciones obligatorias emitidas por el comité de operaciones de emergencias nacional (COE) en donde establece los procedimientos de bioseguridad que se deben de cumplir para el normal funcionamiento de los negocios y establecimientos comerciales.

Producto y Servicio.

Pets World será una empresa que se dedicará a la venta de alimentos, productos para higiene y sanidad de las mascotas. Además de accesorios como; collares, correas, arnés, comederos, cepillos, chapas de identificación, almohadas, areneros, entre otros, a través de un excelente servicio en ventas direccionado hacia el cliente.

Producto esencial.

El producto esencial está referido a lo que realmente compra el cliente, es decir el beneficio o servicio básico del producto, en el caso de Pets World el cliente al comprar un alimento para su mascota busca sentirse seguro que a este le gustará y cubrirá sus necesidades nutricionales. Así cada producto debe transmitir calidad, confianza y seguridad para que el cliente siga comprando en el establecimiento comercial.

Producto real.

Un producto real por su parte puede tener diferentes características: calidad, precio, marca, empaque, nombre, funcionalidad, etc. Pest World maneja una gran variedad de productos, ofreciendo siempre a sus clientes las mejores marcas del mercado, y precios competitivos. Alimentos para perro como: Dog Chow, Royal Canin, Pro-can, Nutrapro y Halcón; y para gatos marcas reconocidas como: Pro-cat, Royal Canin, Michu pollo, Cat Chow, entre otras más.

Características.

En el proceso de comercialización, empaquetado y entrega de cada uno de los productos para mascotas que oferta el establecimiento, se encuentra inmerso el esmero, entusiasmo y responsabilidad de todo el equipo de trabajo buscando obtener la satisfacción tanto de los usuarios, como la de sus mascotas.

El servicio en sí, está orientado en que cada producto logre el bienestar e integridad física y emocional de cada una de las mascotas en donde se notarán los beneficios en el estilo de vida de las mismas. En el caso de los alimentos balanceados para perros se ofrecerán las bolsas de 1 lb, 2 kg, 4 kg, 8 kg, 15 kg y 30 kg para cachorros y adultos; para los gatos se venderán en tienda las presentaciones de 1 lb, 1 kg, 1,5 kg, 2 kg, y 8 kg. En cuanto a demás artículos según el tipo de mascota perros, gatos; se exhibirán una variedad de productos para su venta.

Calidad.

Para asegurar que el servicio de venta directa de los productos y accesorios para mascotas en el emprendimiento cumplan con los estándares de calidad y las expectativas de los clientes, se escogió al personal profesional capacitado en lineamientos de servicio al cliente, además de contar con las herramientas actualizadas en los avances tecnológicos que permitan mejorar los servicios.

Estilo.

El estilo adoptado en el establecimiento es una temática moderna con colores llamativos y accesorios decorativos como: huellas, huesos y gráficos de animales domésticos que resalten que se trata de un lugar especial para las mascotas.

Marca.

El nombre escogido para el emprendimiento es Pets World que viene del idioma inglés y que significa; Mundo Mascotas. En la actualidad es bastante común que se utilice este tipo de términos en la constitución de nuevas empresas.

Pets World es un apelativo que tiene cierto grado de intriga y curiosidad para quiénes desconocen el significado logrando captar el interés de las personas del sector.

El nombre Pets World fue pensado estratégicamente en el modelo y giro de negocio de la empresa y sobre todo en la motivación de que las mascotas merecen crecer en un ambiente sano, cómodo y seguro en donde puedan desarrollarse con total normalidad.

Producto aumentado.

Pets World desarrolla una sólida preferencia de los clientes como aliados estratégicos que persiguen la misma finalidad que es el bienestar de sus preciadas mascotas, en donde el compromiso es garantizar la satisfacción y comodidad de los usuarios. Además, ofrece a sus clientes la alternativa de preguntar sobre precios, ofertas y promociones sus redes sociales, las cuales servirán también para conocer las bondades de los productos y los beneficios que aportan para las mascotas.

Diferenciación.

La diferenciación en los servicios de Pets World se centra principalmente en brindar un servicio personalizado dependiendo de los necesidades y requerimientos del cliente buscando formar relaciones a largo plazo en beneficio de ambas partes, además el mercado al que ingresa el emprendimiento no existe lugares similares o parecidos que oferten este tipo de productos exclusivos para las mascotas en el sector seleccionado.

Plan de introducción al mercado.

Distintivos y uniformes.

Área administrativa.

El administrador del establecimiento utilizara el uniforme de trabajo en donde se encuentra estampado el logotipo de la empresa, en los horarios de la jornada de trabajo establecida.

Administrador.

Figura 22

Uniforme del administrador

- Camisa manga larga color celeste con el logotipo a la altura del bolsillo en el lado izquierdo.
- Pantalón de tela azul oscuro.
- Zapatos casuales negros de cuero.

Área operativa.

El personal del área operativa del establecimiento que consta del auxiliar de ventas y recepcionista utilizarán el uniforme de trabajo entregado por el establecimiento en la jornada de trabajo establecida.

Auxiliar de ventas y recepcionista.

Figura 23

Uniforme del Auxiliar de Ventas y Recepcionista

- Camisa de algodón manga corta de color celeste con el logotipo del establecimiento en la parte superior izquierda.

- Pantalón jeans color azul.

- Zapatos de trabajo y seguridad color café oscuro.

Materiales de identificación.

Logotipo

Figura 24

Logotipo de la empresa

Elementos que conforman el logotipo.

- El diseño del logo es bastante sencillo, que se puede entender de una manera fácil y rápida del giro de negocio del emprendimiento.
- La mascota corriendo feliz que representa la responsabilidad, el esfuerzo y el entusiasmo de trabajar en el bienestar de los usuarios, las mascotas y el ambiente.
- El círculo rojo que se asimila al alba del sol que representa la pasión, amor y compromiso y la esperanza de aportar por un mundo mejor para todos.

Colores.

- El rojo representa la pasión, energía, cariño y al deseó de prosperidad por el bien común.
- Negro representa el deseo de protección constante y la firmeza de aportar en el desarrollo de la sociedad en armonía y tranquilidad.
- Blanco de fondo representa la transparencia en los valores corporativos adoptados por el establecimiento.

Tarjetas de presentación.

En el lado A de la tarjeta de presentación se encuentra el logotipo del establecimiento.

Figura 25

Tarjeta de presentación lado A

En el lado B de la tarjeta de presentación se encuentran los datos generales del establecimiento y la actividad del mismo, como también la dirección, el teléfono y el correo corporativo.

Figura 26

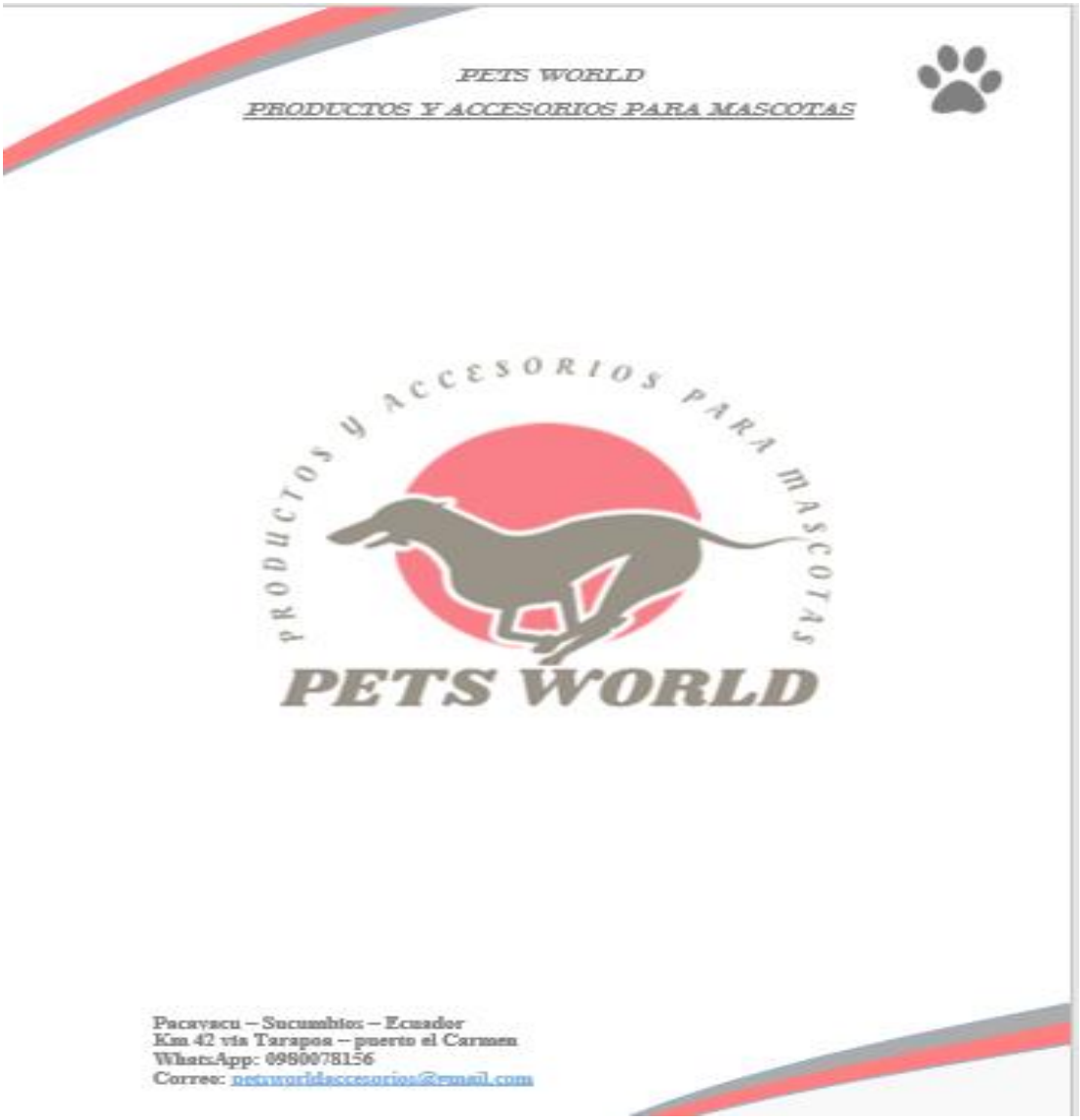
Tarjeta de presentación lado B

Hoja membretada.

La papelería que utilizará Pets World será una herramienta de la identidad corporativa, la cual se empleará para asuntos oficiales y declaraciones formales a empresas, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Figura 27

Hoja membretada



Nota: la hoja membretada es parte fundamental de la identidad corporativa de Pets World.

Canales de distribución

El único canal de distribución físico de Pets World es su establecimiento que se encuentra ubicado en la parroquia Pacayacu, km 42 vía a Tarapoa – Puerto el Carmen.

Promoción

- El más importante medio de promoción son las plataformas digitales como: Instagram, Facebook y WhatsApp, en donde se estará compartiendo contenido acerca del modelo de negocio del establecimiento.
- Se estará realizando campañas publicitarias por medios de comunicación locales para que las personas del sector y sus alrededores empiezan a reconocer la marca.
- Participación en eventos como expo ferias y exhibiciones en donde se repartirán volantes a las personas que acudan al evento.

Contacto

- Número de teléfono convencional.
- Correo electrónico corporativo
- Redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp).

Correspondencia

- e- mail empresarial

Negociación

- Directamente en el establecimiento.
- Por vía telefónica convencional.
- Por WhatsApp.

Financiamiento de publicidad.

Tabla 20

Gastos de publicidad

GASTOS DE PROMOCIÓN		
DETALLE	**CANTIDAD**	**VALOR USD**
Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)	1 vez por año	$100,00
Anuncio publicitario en medios locales (radio)	1 vez cada 4 meses	$45,00
Uniformes 2 x trabajador	6	$360,00
Tarjetas de presentación	1000	$16,00
Volantes	1000	$24,00
TOTAL		$545,00
TOTAL, ANUAL		$545,00

Nota: se detallan los principales gastos destinados para realizar la promoción y el reconocimiento de la marca.

Riesgo y oportunidad

En la actualidad uno de los riesgos principales que tienen las nuevas empresas y las que se encuentran constituidas es por la recesión económica que se vive a nivel mundial originada por la pandemia que ha perdurado por un periodo de tiempo de más de dos años y que continua sin saber cuándo se terminará. A raíz de esta problemática, los diferentes sectores involucrados en la economía se encuentran afrontando esta crisis que trabajando en conjunto con en el gobierno y las autoridades nacionales competentes han establecido mecanismos y estrategias para volver a reactivar la economía nacional.

Existe otro riesgo importante que hay que tener en cuenta y es que una vez que el establecimiento entre en operaciones se establezcan locales similares en el sector que brinden los mismos servicios que Pets World acaparando los clientes potenciales y la cuota de mercado.

La oportunidad de negocio radica principalmente en que por el momento no existe en el sector algún negocio comercial que se especialice en brindar este tipo de servicio que oferta distintas clases de productos y accesorios exclusivo para las mascotas preocupándose en solventar sus necesidades para que puedan desarrollarse y vivir en un ambiente adecuado.

Esta línea de negocio se encuentra en crecimiento debido al espacio que han ido ganando cada día más en los hogares las mascotas que en muchos de los casos son considerados como un miembro más de la familia. Esta tendencia ha hecho posible que la demanda de productos y servicios está en un constante aumento dejando grandes ingresos a las empresas que se dedican a esta área comercial.

Fijación de precios.

Según Stanton, Etzel, & Walker, (2007) señalan que "sencillamente, el precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto" (p. 338).

Fijación de precios estándar.

Los precios establecidos para los siguientes kits o combos han sido elaborados tomando en cuenta los valores referenciales de los productos que conforman los combos y que son establecidos por los proveedores y fabricantes de los mismos más la suma del porcentaje de ciertos factores que intervienen al momento de la comercialización de los mismos.

Factores:

- Utilidad.
- Factor costo.
- Gastos administrativos.
- Iva.

En la ficha técnica se refleja el porcentaje de cada uno de estos valores, que al realizar la suma de todos estos costos da como resultado el valor final de los combos. Pets World ha realizado el diseño de 3 kits o combos de productos que se presentan a continuación.

Tabla 21

Combo alimenticio mascotas / perros

Tecnológico Internacional Universitario			**FICHA TÉCNICA**	
			RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS	
Nombre del kit o combo:	Combo alimenticio mascotas / perros.		**Código:** 001	
Fecha de actualización:	22/7/2022		**Responsable: Delvicier, P.**	
Producto	**Medida**	**Costo**	**Cantidad**	**Total**
Alimento seco Dog Chow	lb	$2,35	1	$2,35
Galletas Crookies	g	$1,99	200	$1,99
Snack suave Nutra pro	g	$2,09	100	$2,09
Snack barras Más can	paquete (x 10)	$1,88	1	$1,88
Fotografía			**Total, bruto**	**$8,31**
			Total, neto	**$8,31**
			Factor costo 33%	**$2,74**
			G. Admin 10%	**$0,83**
			30% utilidad	**$2,49**
			Subtotal	**$14,38**
			12% IVA	**$1,73**
			Total	**$16,10**

Nota: el combo 1 de alimentos para mascotas está compuesto por cuatro diferentes productos alimenticios para perros.

Tabla 22

Combo alimenticio mascotas / gatos

Tecnológico Internacional Universitario			**FICHA TÉCNICA**	
			RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS	
Nombre del kit o combo:	Combo alimenticio mascotas / gatos		**Código:** 002	
Fecha de actualización:	22/7/2022		**Responsable: Delvicier, P.**	
Producto	**Medida**	**Costo**	**Cantidad**	**Total**
Pro-cat alimento seco	lb	$2,11	1	$2,11
Alimento húmedo Cat Chow	g	$1,59	85	$1,59
Nutra pro comida en lata	g	$1,30	85	$1,30
Snack Nuggets nutra pro	g	$1,15	85	$1,15
Fotografía			**Total, bruto**	**$6,15**
			Total, neto	**$6,15**
			Factor costo 33%	**$2,03**
			G. Admin. 10%	**$0,62**
			30% utilidad	**$1,85**
			Subtotal	**$10,64**
			12% IVA	**$1,28**
			Total	**$11,92**

Nota: el combo 2 para mascotas está compuesto por cuatro productos alimenticios exclusivos para los gatos.

Tabla 23

Kit de aseo e higiene / perros

Tecnológico Internacional Universitario		**FICHA TÉCNICA**		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
Nombre del kit o combo:	kit de aseo mascota / perros		**Código:** 003	
Fecha de actualización:	22/7/2022		**Responsable: Delvicier, P.**	
Producto	**Medida**	**Costo**	**Cantidad**	**Total**
Shampoo Puppy	Presentación 200 ml	$4,29	1	$4,29
Leva can baño seco	Presentación 100 g	$3,75	1	$3,75
Talco Bolfo	Presentación 100 g	$4,20	1	$4,20
Cepillo Cocki	Unidad	$1,99	1	$1,99
Fotografía			**Total, bruto**	**$14,23**
			Total, neto	**$14,23**
			Factor costo 33%	**$4,70**
			G. Admin 10%	**$1,42**
			30% utilidad	**$4,27**
			Subtotal	**$24,62**
			12% IVA	**$2,95**
			Total	**$27,57**

Nota: el kit de aseo e higiene para mascotas está conformado por cuatro diferentes productos que son exclusivos para el aseo de los perros.

Implementación del negocio.

Arriendo del local.

Tabla 24

Gastos arriendo local, Pets World

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
$220	**$1320**	**$2640**

Nota: en la presente tabla se encuentra detallado el monto del valor a pagar por el arriendo del local donde se establecerá la empresa.

Equipos industriales.

(Ver anexo 3)

Tabla 25

Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DETALLE	**CATIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Dispensador de agua	1	$169,00	$169,00
Balanza electrónica digital 40 kg	1	$29,48	$29,48
TOTAL			**$198,48**

Nota: costos de los equipos industriales necesarios para el establecimiento.

Equipos de computación.

(Ver anexo 4)

Tabla 26

Equipos de computación

EQUIPOS DE CUMPUTACION			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Computador todo en uno HP	2	$349,00	$698,00
laptop marca Dell	1	$399,00	$399,00
Impresora multifunción HP	1	$260,00	$260,00
Teléfono inalámbrico Intelbras	2	$35,12	$70,24
TOTAL			**$1.427,24**

Nota: costos de los epuipos de computacion requeridos para el establecimiento.

Muebles y enseres.

(Ver anexo 5)

Tabla 27

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Estantería metálica	5	$65,00	$325,00
Vitrina / mostrador	3	$199,00	$597,00
Escritorio de oficina tipo L	1	$160,00	$160,00
Escritorios metálicos	2	$100,00	$200,00
Silla de oficina ejecutiva	3	$51,80	$155,40
Mesa de sala auxiliar decorativa	1	$65,00	$65,00
Silla de espera	3	$25,00	$75,00
TOTAL			**$1.577,40**

Nota: se muestra en la tabla el listado de los muebles y enseres, además del costo de los mismos.

Equipos industriales de seguridad.

(Ver anexo 6)

Tabla 28

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Extintores 10 lb.	2	$20,50	$41,00
Señalética de seguridad industrial	4	$2,50	$10,00
Botiquín primeros auxilios	1	$30,00	$30,00
Dispensador de alcohol	1	$10,49	$10,49
Lámparas de emergencia	1	$21,00	**$21,00**
TOTAL			**$112,49**

Nota: la presente tabla detalla cuales son los principales equipos de seguridad necesarios para que el establecimiento pueda comenzar con las operaciones.

Suministros de oficina

(Ver anexo 7)

Tabla 29

Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFCINA			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Resma papel A4	2	$3,89	$7,78
Esferos caja x 12	1	$4,50	$4,50
Lápices caja x 12	1	$2,42	$2,42
Folders, archivador	10	$3,49	$34,90
Pegamento	2	$0,50	$1,00
Cinta adhesiva	3	$1,00	$3,00
Resaltadores	3	$0,75	$2,25
Grapadora	1	$9,99	$9,99
Sujeta papel x caja	1	$2,80	$2,80
Grapas	1	$1,18	$1,18
Perforadora	1	$2,28	$2,28
Borrador	2	$0,30	$0,60
Agenda	2	$2,50	$5,00
Tijera	1	$1,35	$1,35
Notas adhesivas sex 5	2	$0,65	$1,30
Clips mariposa x caja	1	$1,09	$1,09
TOTAL			**$81,44**

Nota: se muestra en la tabla los materiales de oficina indispensables para que los colaboradores desarollen sus actividades.

Servicios básicos.

Tabla 30

Servicios básicos

SERVICIOS BASICOS	
LUZ	$12,00
AGUA	$5,00
TELEFONO	$10,00
INTERNET	$15,00
TOTAL	$42,00
TOTAL, ANUAL	**$504,00**

Nota: la tabla muestra el costo de los servicios basicos anuales.

Materiales de limpieza.

(Ver anexo 8)

Tabla 31

Materiales de limpieza

INSUMOS DE LIMPIEZA			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Escoba	1	$2,00	$2,00
Trapeador con sistema de lavado	1	$11,50	$11,50
Fundas para basura paquete x 20 unidades	10	$2,50	$25,00
Cloro x galón	2	$5,00	$10,00
Desinfectante multiusos x galón	2	$10,68	$21,36
Pala recogedora de basura	1	$2,00	$2,00
Jabón líquido x galón	2	$6,20	$12,40
papel higiénico industrial x unidad	5	$1,75	$8,75
Toallas de papel para manos x caja	2	$15,00	$30,00
tachos para basura	6	$3,75	$22,50
Detergente en polvo 5 kg	1	$12,00	$12,00
Cepillo flexible para inodoros	1	$3,00	$3,00
TOTAL			**$160,51**

Nota: la tabla detalla los principales materiales de limpieza necesarios para mantener limpias y ordenadas cada una de las areas del establecimiento.

4. PROCESO EMPRESARIAL

Aspecto legal.

Para poder constituir la microempresa o el emprendimiento es necesario realizar los trámites legales y los permisos correspondientes vigentes en la actualidad en el territorio ecuatoriano.

Servicio de rentas internas (SRI).

En el servicio de rentas internas, entidad pública encargada de realizar la recaudación de impuestos a nivel nacional en donde se puede obtener el RUC (registro único de contribuyente) o RISE (régimen impositivo simplificado).

RUC (Registro Único de Contribuyente).

> Tramite habilitado por el servicio de rentas internas que permite a las personas naturales la inscripción del (RUC) registro único de contribuyentes mediante la presentación de los requisitos correspondientes en los diferentes canales de atención habilitados a los ciudadanos a nivel nacional (Gob.ec Portal Unico de Tramites Ciudadanos, 2022).

Requisitos para realizar el trámite en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a SRI en línea.

Requisitos para ingresar a través del portal del SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Solicitud de inscripción RUC naturales.

Como realizar el trámite en línea:

- Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec
- Ingresar a SRI en línea.
- Ingrese el número de identificación y la clave.
- Escoja la opción de inscripción.
- Aceptar los términos y condiciones.
- Ingrese la información general del contribuyente.
- Ingrese los medios de contacto.
- Ingrese la dirección del domicilio.

- Ingrese la dirección del establecimiento matriz.
- Ingrese las actividades económicas.
- Ingrese la actividad económica principal.
- Resumen de la información ingresada.
- Confirmación de inscripción del RUC.

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

El permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos es la autorización emitida por dicha entidad para todo local comercial y tiene una duración de un año calendario, en el caso del cantón Lago Agrio los requisitos para realizar el trámite son los siguientes: (comunicación personal, Cuerpo de Bomberos Lago Agrio, 26 de julio del 2022).

Requisitos obligatorios primera vez:

- Copia del RUC.

  Copia de la cédula.
- Solicitud de inspección.
- Informe de inspección aprobado.

Patente municipal.

La patente municipal es una obligación sustancial para aquellas personas naturales o jurídicas que practican alguna actividad económica y que tiene una validez hasta el 31 de diciembre de cada año, su valor está calculado de acuerdo a la inversión del negocio establecido (comunicación personal, GAD Municipal del Cantón Lago Agrio, 26 de julio del 2022).

Requisitos obligatorios persona natural:

Copia de cédula y papeleta de votación.

Copia del RUC o RISE.

Pago del impuesto predial / contrato de arrendamiento.

Copia del permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos (2022).

Guía de buenas prácticas ambientales (2022).

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Registro de nuevo empleador.

El registro patronal en el sistema de historia laboral: (solicitud de clave para nuevo empleador) se lo puede realizar en línea a través de su página web www.iess.gob.ec (IESS, 2022).

- Ingrese a la página web del IESS www.iess.gob.ec
- Escoja la opción de empleador – registro nuevo empleador.
- Ingrese el número de RUC o de cédula de ciudadanía y escoja el sector al que pertenece (privado, público o domestico).
- Ingrese los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Termine con el registro patronal, imprima la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acérquese a las agencias de atención del IESS portando los documentos que han sido solicitados para obtener la clave patronal.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área:

Pets World mediante un análisis de los elementos y factores que intervienen tanto en el aspecto social y ambiental busca determinar los impactos negativos y positivos que se pueden producir una vez que el establecimiento inicie sus operaciones comerciales.

En el ámbito ambiental el objetivo fundamental es el poder determinar cuáles son las afectaciones al ambiente que se pueden producir, además de los planes de acción y estrategias a implementar para controlar, reducir y mitigar dichas afectaciones, aplicando siempre lineamientos que permitan el desarrollo sustentable, sostenible y amigable con el medio ambiente.

En el aspecto social se puede determinar el aporte en el desarrollo integro comunitario en el lugar donde está localizada la microempresa promoviendo la formulación de estrategias de trabajo en conjunto con la comunidad para el desarrollo social del área de influencia.

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

> Los objetivos de desarrollo sostenible son principios globales enmarcados dentro de las estrategias adoptadas por las naciones unidas para lograr un mejor futuro que sea sostenible para todos, además de constituir una herramienta en la planificación estratégica de las naciones (Naciones Unidas, 2022).

En el entorno ambiental Pets World trabajara con dos objetivos de desarrollo sostenible:

Principio 6: agua y saneamiento.

El literal 6.3 de este objetivo señala que se debe de mejorar la calidad del agua a través de la reducción de la contaminación y el vertimiento de sustancias y químicos peligrosos.

Principio 12: producción y consumo responsable.

Uno de los objetivos inmersos en este principio establece actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización en la generación de desechos.

Impacto ambiental.

Identificación de las posibles afectaciones ambientales que puede generar Pets World:

- Generación de desechos de basura (plásticos, cartón o papel y vidrio), residuos que se producen diariamente dentro y fuera del establecimiento por los clientes, proveedores y el personal colaborador.
- Elevado consumo de agua en la realización de actividades de limpieza y aseo del establecimiento.

Medidas para contrarrestar las afectaciones ambientales ocasionadas por Pets World:

- Clasificación de los residuos de acuerdo a las políticas de reciclaje.
- Implementación de las tres R del reciclaje (reducir, reciclar, reutilizar).
- Reducción del uso de agua en las actividades del emprendimiento, teniendo un control efectivo sobre este recurso vital.
- Utilización de fundas y material para empaquetado elaborado con materiales biodegradables.
- Utilización de productos de limpieza amigables con el medio ambiente.

- Colaboración en conjunto con las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Pacayacu y los representantes del ministerio del ambiente en campañas a favor de la protección y conservación del medio ambiente.

Responsabilidad social.

En el ámbito social Pets World trabajara con dos objetivos de desarrollo sostenible:

Principio 4: educación de calidad

Uno de los objetivos de este principio dispone el acceso a una formación técnica, profesional y universitaria de calidad en igualdad de condiciones para los hombres y mujeres.

Principió 8: trabajo decente y crecimiento económico.

Dentro de las metas de este principio se establece el apoyo a las actividades productivas, creación de puestos de trabajo decente y el fomento al crecimiento de las pequeñas empresas, además de proteger los derechos de los trabajadores en un entorno seguro.

Generación de empleo.

- Pets World realizará la selección del talento humano requerido tomando en consideración a los habitantes de la parroquia Pacayacu de acuerdo a los requerimientos establecidos en cada uno de los cargos, generando de esta forma nuevas fuentes de empleo para la población del sector de influencia del negocio.

Clima laboral y ambiente de trabajo.

- Desarrollar un ambiente de trabajo cómodo, seguro y agradable en donde sus colaboradores se sientan motivados, además de la generación de espacios de integración y participación.

Proceso de formación continua.

- Realizar programas de capacitación continua en materia del giro de negocio, como además de fomentar entre sus colaboradores la participación en procesos de formación académica que permitan mejorar su perfil profesional.

Responsabilidad social externa:

- Participación activa en planes y programas de carácter social realizados por las autoridades de la parroquia en beneficio de las personas de la comunidad y sus alrededores.
- Ejecutar campañas en contra del maltrato animal y abandono de las mascotas.
- Concientizar a la población del sector sobre la responsabilidad de tener una mascota y los cuidados que realmente necesitan.

6. PROCESO FINANCIERO

Introducción.

A continuación, se describirá el análisis financiero de la microempresa Pest World, detallando todos los activos de la empresa que forman la inversión inicial, como activos fijos y diferidos, que son necesarios para emprender un negocio con el propósito de examinar a través de las herramientas financieras la factibilidad económica del emprendimiento.

Inversión.

La inversión inicial se define como la cantidad de dinero o capital necesario que se debe emplear para conseguir el funcionamiento de un negocio, mediante recursos o servicios.

Activos fijos.

> Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, y tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa. Estos activos no son adquiridos con el propósito de venderlos en el curso normal de los negocios y generalmente tienen una vida útil mayor de un año (Meza, 2013, p. 89).

Pets World considera dentro de los activos fijos a los equipos industriales, seguridad, equipos de computación y muebles y enseres con una inversión en los activos fijos de 3315,61 dólares. *(Ver tabla 32).*

Tabla 32

Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	$0
vehículo	$0
Equipos Ind. / seguridad	$310,97
Equipos de Computación	$1427,24
Muebles - enseres	$1577,40
TOTAL	**$3315,61**

Nota: se considera en la tabla los activos fijos que tendrá la empresa para realizar sus actividades.

Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos valores que representan los gastos correspondientes a la constitución de la microempresa referente a los permisos legales de constitución y los permisos de funcionamiento necesarios para la constitución de forma legal del emprendimiento, estos gastos representan un valor de 800 dólares. *(Ver tabla 33).*

Tabla 33

Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	$800
TOTAL	**$800**

Nota: los activos diferidos están conformados por los gastos de constitución de la empresa.

Capital de trabajo

> El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa (Cordoba, 2011, p. 192).

El establecimiento Pets World como capital de trabajo inicial de tiene una inversión de 47.917,37 dólares en donde están considerados los sueldos, servicios básicos, material de oficina, limpieza, publicidad, materia prima y los gastos financieros. *(Ver tabla 34).*

Tabla 34

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	12 meses
Sueldos	$21.741,20
Servicios Básicos	$504,00
Material oficina	$81,44
Material limpieza	$160,51
Servicio auto	$0,00
Alquiler local	$2.640,00
Publicidad	$545,00
Adquisición de materia prima	$12.000,00
Gastos financieros	$2.814,00
TOTAL	**$47.917,37**

Nota: en la presente tabla se detallan todos los gastos que intervienen en el capital de trabajo calculados para un año calendario.

Inversión total

La inversión total hace referencia a los valores que se obtienen de la sumatoria de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo destinado para 1 año de actividad de la microempresa que arroja un saldo de 52.032,98 dólares. (Ver tabla 35).

Tabla 35

Inversión total

TOTAL, DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	$3.315,61
ACTIVO DIFERIDO	$800,00
CAPITAL DE TRABAJO /12M	$47.917,37
TOTAL, DE INVERSIÓN	**$52.032,98**

Nota: en la tabla se muestran el monto de la inversión inicial requerida para que el establecimiento pueda empezar sus actividades económicas.

Sueldos

En la siguiente tabla se describe la remuneración que tiene cada colaborador que forma parte del establecimiento Pets World más las aportaciones correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). *(Ver tabla 36).*

Tabla 36

Sueldos y aportaciones (IESS).

SUELDOS

PERSONAL	**SUELDOS**	**ANUAL**	**IESS EMP.**	**IESS EMPRESA**	**GASTO SUELDOS ANUAL**
Administrador	$600,00	$7.200,00	$680,40	$802,80	$7.322,40
Auxiliar de ventas	$500,00	$6.000,00	$567,00	$669,00	$6.102,00
Recepcionista	$450,00	$5.400,00	$510,30	$602,10	$5.491,80
TOTAL	**$1.550,00**	**$18.600,00**	**$1.757,70**	**$2.073,90**	**$18.916,20**

Nota: se presentan en la tabla los valores de los sueldos de cada uno de los colaboradores y el monto a pagar en el (IESS) por parte del trabajador y el empleador.

Beneficios legales

Representan el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo que perciben los colaboradores del establecimiento de acuerdo con la ley y el código del trabajo. *(Ver tabla 37).*

Tabla 37

Décimo tercero y décimo cuarto sueldo

		DÉCIMOS		
PERSONAL	**SUELDOS**	**DÉCIMO 4º**	**DÉCIMO 3º**	**TOTAL, DÉCIMOS**
Administrador	$600,00	$425,00	$600,00	$1.025,00
Auxiliar de ventas	$500,00	$425,00	$500,00	$925,00
Recepcionista	$450,00	$425,00	$450,00	$875,00
TOTAL	**$1.550,00**	**$1.275,00**	**$1.550,00**	**$2.825,00**

Nota: la tabla detalla los valores respectivos de los decimos que debe de percibir cada uno de los trabajadores.

El monto total de los sueldos con las respectivas aportaciones al IESS y los beneficios legales generan un monto de 21.741,20 dólares. *(Ver tabla 38).*

Tabla 38

Total, sueldos y beneficios legales

TOTAL, SUELDOS	TOT. DÉCIMOS	**TOTAL, ANUAL**
$18.916,20	**$2.825,00**	**$21.741,20**

Nota: se muestra el monto total de los sueldos y los décimos a pagar anualmente.

Depreciación de activos fijos

> Desde el punto de vista económico, la depreciación se refiere a la pérdida de valor de un activo fijo por el uso y por el transcurso del tiempo, incluidos factores internos y externos como la obsolescencia. Por lo tanto, es un tema de valoración (Jimenez, 2008, p. 385).

Dentro de los activos fijos del establecimiento sujetos a la depreciación están considerados los equipos industriales con un 10%, equipos de computación con un 33% y los muebles y enseres con un 10%. (Ver tabla 39)

Tabla 39

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	**DEPRECIACIÓN**
Equipos Ind.	$310,97	10%	$31,10
Edificio	$0,00	20%	$0,00
Vehículos	$0,00	5%	$0,00
Equipos de Computación	$1.427,24	33,33%	$475,70
Muebles y Enseres	$1.577,40	10%	$157,74
TOTAL			**$664,54**

Nota: la depreciación de los activos fijos está determinada en línea recta de acuerdo al régimen tributario del país.

Amortizaciones.

> El proceso sistemático de asignación del costo de activos intangibles se llama *amortización*. Para determinar a qué tipo de activos intangibles se les debe aplicar el proceso de amortización, es preciso establecer si tienen vida útil limitada o no. Los activos intangibles cuya vida útil es ilimitada o indefinida se mantienen intactos hasta que pierdan su valor. En ese momento se cancelan totalmente (Guajardo & Andrade, 2008, p. 437).

El proceso de amortización está estimado para 5 años que es el tiempo estimado de la recuperación de la inversión de los activos diferidos del establecimiento con un porcentaje del 20% anual con una recuperación de 160 dólares en cada año de actividad. (Ver tabla 40).

Tabla 40

Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIONES			
	PORCENTAJE AMORTIZACIÓN		
Gastos de Constitución	$800,00	20%	**$160,00**

Nota: la amortización de los activos diferidos está calculada para un periodo de cinco años que es la recuperación de la inversión de los mismos.

Tabla de amortización capital financiado.

Mediante la siguiente tabla de amortización se detalla el monto de recursos financieros faltantes que necesita el establecimiento para iniciar con sus actividades, el monto que será financiado por una entidad financiera asciende a 20.100 dólares. (Ver tabla 41)

Tabla 41

Amortización capital financiado

AMORTIZACION PRESTAMO				
MONTO	20100			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	**DIVIDENDO**	**PAGO INTERES**	**PAGO CAPITAL**	**SALDO**
0	-	-	-	$20.100,00
1	$5.854,80	$2.814,00	$3.040,80	$17.059,20
2	$5.854,80	$2.388,29	$3.466,51	$13.592,69
3	$5.854,80	$1.902,98	$3.951,82	$9.640,87
4	$5.854,80	$1.349,72	$4.505,08	$5.135,79
5	$5.854,80	$719,01	$5.135,79	$0,00

Nota: en la tabla se detalla el monto del préstamo y los valores correspondiente que se deben de cancelar cada año.

La tabla de amortización del capital financiado está calculada para un periodo de tiempo de 5 años con una tasa de interés del 14% y en cada año está establecido el monto del capital, del interés y del saldo que sigue restando hasta llegar al año quinto en donde se termina de realizar el pago total de la deuda.

Estructura de capital.

La estructura de la inversión total del emprendimiento está representada de la siguiente forma: capital propio con un monto de 31.932,98 dólares que representa un 61% del total de la inversión, el capital financiado con un monto de 20.100 dólares que representa el 39% faltante de la inversión. La representación del costo del capital propio es del 15%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del 9,2%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 5,4%. (Ver tabla 42).

Tabla 42

Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	31932,98	61%	15%	9,2%	
Capital Financiero	20100	39%	14%	5,4%	
TOTAL, INVERSIÓN	**52032,98**	**100%**		**14,6%**	**TMAR**

Nota: se presenta en la tabla los valores correspondientes al capital propio y al financiado cuyos valores representan la inversión total requerida.

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).

La tasa de descuento que es igual a la TMAR se compone de la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que arrojan un porcentaje del 9,2% más la tasa del capital financiado que es del 5,4%, dando como resultado una TMAR que es del 14,6% para el proyecto del establecimiento Pets World.

Punto de equilibrio.

> ***Punto de equilibrio***: se determina dividiendo los costos fijos por la diferencia entre el precio unitario de venta y el costo variable unitario (margen unitario). Este indicador permite establecer el nivel mínimo de producción y de ventas que, en cantidad, debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable (Varela, 2008, p. 370).

La presente tabla a continuación refleja el monto de fijo de capital de trabajo destinada para cada mes en donde están inmersos los gastos en materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos calculados mensualmente. (Ver tabla 43).

Tabla 43

Costos fijos mensuales

COSTOS FIJOS	
Materia prima	$1.000,00
Arriendo	$220,00
Sueldos	$1.811,76
Ser. Básicos	$42,00
TOTAL	**$3.073,76**

Nota: se detallan los costos fijos mensuales que sirven para calcular el punto de equilibrio.

Margen de contribución

En el margen de contribución se encuentran calculados los valores de los costos del combo de alimento para perros, el combo de alimentos para gatos y el kit de aseo para mascota / perros, dando un monto de 28,69 dólares en total de los tres combos armados. El precio en conjunto de los tres combos da un total de 49,64 dólares, generando un margen de contribución de 20,95 dólares. (Ver tabla 44).

Tabla 44

Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN (COMBO 1 Y 2 + KIT DE ASEO)		
Precio	$49,64	
Costo	$28,69	
Ganancia	$20,95	MARGEN DE CONTRIBUCION

Nota: la tabla muestra el precio de la venta de los tres combos, el costo que representan y el margen de ganancia de los mismos.

En el estudio financiero del establecimiento del punto de equilibrio que está constituido por los costos fijos de producción de los combos y el kit de aseo más el margen de contribución de los mismos que dan como resultado que para llegar al punto de equilibrio se necesita realizar una venta de 147 combos y kit de aseo en total mensualmente con un promedio de 4,9 ventas diarias de estos productos. (Ver tabla 45).

Tabla 45

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

VENTA	147	$49,64	$7.283,12
COSTO	147	$28,69	$4.209,36
GASTO			$3.073,76
PUNTO DE EQUILIBRIO			**$0,00**

Nota: se detalla en la tabla cuantos combos y kits se tiene que vender para poder alcanzar el punto de equilibrio.

Figura 28

Punto de equilibrio

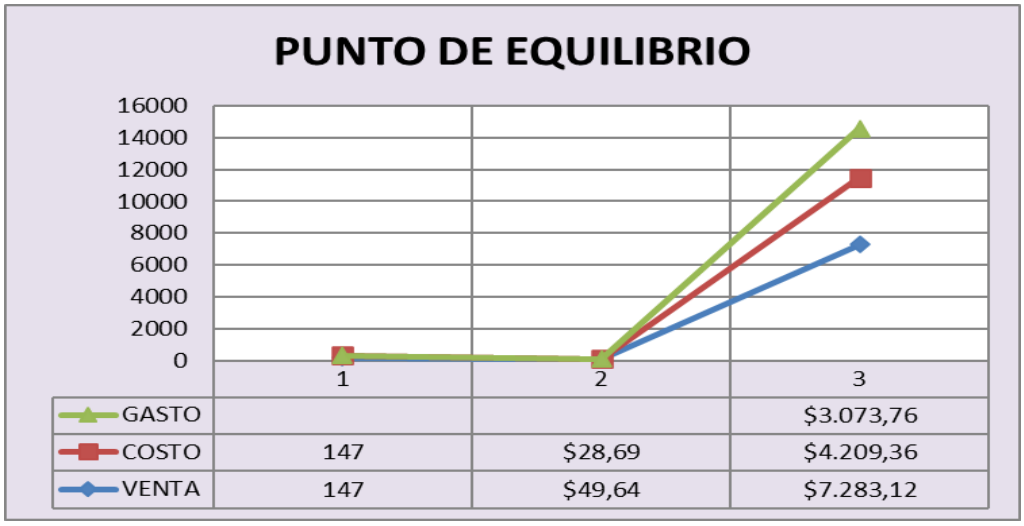


Tabla 46

Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
245	$12.161,80	$145.941,60	ventas
245	$7.029,05	$84.348,60	costo

Nota: se muestra en la tabla las ventas que se deben de alcanzar para que el establecimiento obtenga ganancias.

Costo de ventas

El costo de ventas para el establecimiento Pets World se encuentra estimada con una proyección de un periodo de tiempo de cinco años, donde se puede conocer las ventas proyectadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas. (Ver tabla 47).

Tabla 47

Flujo de ventas proyectadas

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		$145.941,60	$150.334,44	$154.859,51	$159.520,78	$164.322,36
COSTO DE VENTAS		$84.348,60	$86.887,49	$89.502,81	$92.196,84	$94.971,97
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		**$61.593,00**	**$63.446,95**	**$65.356,70**	**$67.323,94**	**$69.350,39**
GASTOS ADMINISTRATIVOS		$21.741,20	$22.395,61	$23.069,72	$23.764,12	$24.479,42
SERVICIOS BÁSICOS		$504,00	$519,17	$534,80	$550,89	$567,48
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		$241,95	$249,23	$256,73	$264,46	$272,42
ALQUILER AUTO		$0,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00
ALQUILER		$2.640,00	$2.719,46	$2.801,32	$2.885,64	$2.972,50
PUBLICIDAD		$545,00	$561,40	$578,30	$595,71	$613,64
DEPRECIACIONES		$664,54	$664,54	$664,54	$664,54	$664,54
AMORTIZACIONES		$160,00	$160,00	$160,00	$160,00	$160,00
UTILIDAD OPERATIVA		**$35.096,31**	**$36.177,53**	**$37.291,29**	**$38.438,58**	**$39.620,40**
GASTOS FINANCIEROS		$2.814,00	$2.388,29	$1.902,98	$1.349,72	$719,01
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$32.282,31	$33.789,24	$35.388,32	$37.088,86	$38.901,39
BASE IMPOSITIVA		$11.702,34	$12.248,60	$12.828,26	$13.444,71	$14.101,75
UTILIDAD NETA		**$20.579,98**	**$21.540,64**	**$22.560,05**	**$23.644,15**	**$24.799,64**

Nota: en la presente tabla se detallan los valores por las ventas proyectadas, utilidad bruta, utilidad operativa y la utilidad neta, como además de los gastos incurridos en cada año.

Flujo de caja

En el flujo de caja de Pets World se considera todas egresos e ingresos que tiene el establecimiento con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial. (Ver tabla 48).

Tabla 48

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		$35.096,31	$36.177,53	$37.291,29	$38.438,58	$39.620,40
DEPRECIACIÓN		$664,54	$664,54	$664,54	$664,54	$664,54
AMORTIZACIÓN		$160,00	$160,00	$160,00	$160,00	$160,00
- BASE IMPOSITIVA		$11.702,34	$12.248,60	$12.828,26	$13.444,71	$14.101,75
- GASTOS FINACIEROS		$2.814,00	$2.388,29	$1.902,98	$1.349,72	$719,01
- PAGO CAPITAL		$3.040,80	$3.466,51	$3.951,82	$4.505,08	$5.135,79
+ VALOR DE SALVAMENTO						$0,00
+ CAPITAL DE TRABAJO						$0,00
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				$0,00		
= FLUJO NETO DE CAJA	**-$52.032,98**	**$18.363,71**	**$18.898,67**	**$19.432,77**	**$19.963,61**	**$20.488,38**

Nota: en la tabla se puede apreciar los flujos de caja en cada uno de los años realizado para un periodo de tiempo de 5 años.

Cálculo del VAN y el TIR

VAN (Valor Actual Neto) o VPN

> Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión[15]. También se conoce como el valor actual neto (VAN), definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial (Cordoba, 2011, p. 236).

Por medio de este indicador financiero se puede determinar la viabilidad del establecimiento en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados demuestran que existe un VAN con una rentabilidad de $16.019,95 para el proyecto.

Interpretación VAN

Tabla 49

Valor actual neto interpretación

VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRA PERDIDAS NI GANACIAS,

Nota: criterios de interpretación del valor actual neto (VAN).

Formula del VAN

$$\boldsymbol{VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^{n} \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \cdots + \frac{F_n}{(1+k)^n}}$$

F_t= son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0= inversión inicial.

n= numero de periodos de tiempo.

k= es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

Tir (Tasa Interna de Retorno)

> La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos "bien conformados", es decir, en aquellos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida (Cordoba, 2011, p. 242).

Interpretación del TIR

Tabla 50

Interpretación del TIR

TIR= TASA INTERNA DE RETORNO
TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

Nota: criterios de interpretación de la tasa interna de retorno (TIR).

Formula del TIR

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

F_t= flujos de caja.

I_0= inversión inicial.

n= numero de periodos de tiempo.

TIR= tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) del establecimiento Pets World demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un porcentaje del 24,63% con una separación del 10,02% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 14,61%. (Ver tabla 50).

Tabla 51

Cálculo del VAN Y TIR

CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	16.019,95
TIR	24,63%
TMAR	14,61%

Nota: la presente tabla muestra el cálculo realizado del VAN Y TIR, además de la tasa mínima de rendimiento (TMAR).

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.

- El establecimiento Pets World como entidad comercial ha diseñado su estrategia de fidelización de clientes enfocado en ofrecer un servicio orientado principalmente en que sus usuarios reciban la mejor atención de calidad y de excelencia, como además de una atención personalizada por medio de su personal colaborador. Pets World considera a sus clientes como aliados estratégicos en la difusión del logo y de la marca para poder llegar a tener un fuerte posicionamiento en el mercado.

- De acuerdo a las proyecciones realizadas en el flujo de ventas y el flujo de caja neto se puede concluir que a al finalizar el tercer año de operaciones económicas se estaría recuperando el monto total de la inversión del proyecto, el mismo que serviría para la adquisición de un establecimiento propio de la empresa y modificarlo acorde a las necesidades de la organización para continuar brindando el mejor servicio dirigido hacia sus clientes y sus mascotas con una mayor comodidad.

- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se pudo conocer cuáles son las principales preferencias del target al que está dirigido el emprendimiento lo que ha permitido desarrollar las mejores estrategias de marketing mix (producto, precio, promoción y distribución) las mismas herramientas que permiten al establecimiento ir poco a poco ampliando su nicho de mercado captando el interés de más clientes potenciales.

- A través del estudio financiero realizado se muestra el nivel de inversión requerida para llevar a cabo el presente proyecto que es $52.032.98. Por medio de los indicadores contables se pudo determinar que existe rentabilidad económica en el proyecto de acuerdo a los cálculos realizados que demuestran un VAN con una rentabilidad de $16.019,65 y una TIR de 24,63% con una TMAR del 14,61%.

Recomendaciones.

- Fomentar la elaboración de planes de negocios como un aporte a la sociedad que promuevan la creación de microempresas nuevas que puedan generar fuentes de trabajo que dinamicen y fortalezcan la economía del país a través de procesos y estrategias de desarrollo sostenible y sustentable.

- Realizar una buena investigación de mercados para poder determinar con exactitud cuales son las preferencias y necesidades reales del target de mercado al que se está queriendo ingresar con los servicios o productos del establecimiento para satisfacer la demanda insatisfecha que existe en el sector.

- Elaborar un análisis financiero bastante preciso y conciso de toda la estructura financiera necesaria y requerida para la implementación del proyecto por medio de los indicadores financieros VAN Y TIR para determinar la rentabilidad que va a generar el establecimiento, además de considerar el punto de equilibrio y las ventas proyectadas en cada periodo de tiempo proyectado.

REFERENCIAS

ARMERO, M. (29 de JULIO de 2021). *Lamenteesmaravilosa*. Recuperado el 12 de enero de 2022, de Lamenteesmaravilosa: https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow/

Bateman, T. S., & Snell, S. a. (2009). *ADMINISTRACION. LIDERAZGO Y COLABORACION EN UN MUNDO COMPETITIVO* (8 ed.). Mexico: MC GRAW HILL EDUCACION.

Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2009). *Administracion. Liderazgo y Colaboracion en un Mundo Competitivo* (8va ed.). Mexico: MC GRAW HILL.

Carl McDaniel, J., & Gates, R. (2016). *investigacion de mercado* (10° ed.). Mexico: CENGAGE LEARNING.

Chiavenato, I. (2011). *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS* (9na ed.). Mexico: MC GRAW HILL Educacion.

Cordoba, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos* (2da ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.

Fred R, D. (2003). *Conceptos de Administracion Estrategica* (9na ed.). Mexico: PEARSON EDUCACION.

Fred R, D. (2003). *Conceptos de Administracion Estrategicas* (9na ed.). Mexico: PEARSON EDUCACION. Obtenido de https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf

Fred, D. R. (2013). *Conceptos de Administracion Estrategica* (14° ed.). Mexico: PEARSON EDUCACION.

GAD PARROQUIAL PACAYACU. (05 de 12 de 2020). *ACTUALIZACION DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA RURAL PACAYACU [pdf]*. Obtenido de Pagina Oficial del GAD Parroquial Pacayacu: https://pacayacu.gob.ec/sucumbios/

Gob.ec PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS. (09 de 06 de 2022). *Inscripcion Registro Unico de Contribuyente (RUC) para persona natural ecuatoriana y extranjera residente*. Recuperado el 26 de 07 de 2022, de www.gob.ec: https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente

Guajardo, G., & Andrade, N. (2008). *Contabilidad Financiera* (5ta ed.). MC GRAW HILL INTERAMAERICANA. Obtenido de https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/e23f70cdbd8ebb07228b167f869c522d.pdf

Hernandez, J. A., Gallarzo, M., & Espinoza, J. d. (2011). *Desarrollo Organizacional.* Mexico: PEARSON EDUCACION.

IESS. (2022). *registro de nuevo empleador*. Recuperado el 27 de 07 de 2022, de ww.iess.gob.ec: https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/registro-de-empleador

Jimenez, J. (2008). *Contabilidad Financiera.* PEARSON EDUCACION. Obtenido de http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/529/1/Contabilidad%20Financiera%20Muñoz%20Jimenez.pdf

Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). *Administracion de ventas* (8 ed.). Mexico: Pearson Educacion.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (11° ed.). Mexico: PEARSON EDUCACION. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

NACIONES UNIDAS. (24 de 05 de 2022). *un.org*. Recuperado el 28 de 07 de 2022, de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

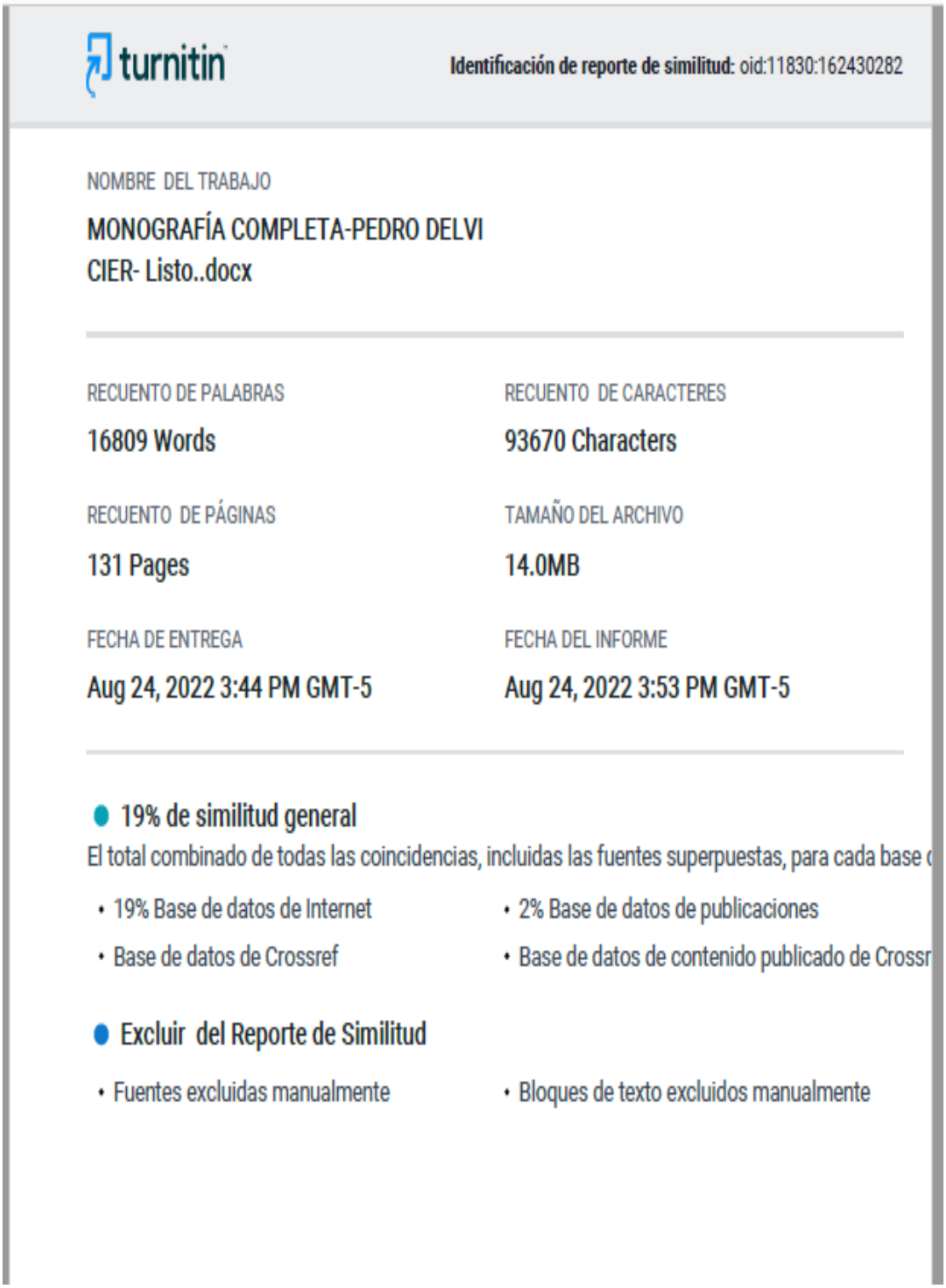
Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14° ed.). Mexico: MC GRAW HILL. Obtenido de https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf

Varela, R. (2008). *Innovacion Empresarial Arte y Ciencia en la Creacion de Empresas* (3ra ed.). PEARSON EDUCACION.

Weinbeger, K. (2009). *Plan de Negocios.* La Paz: USAID. Obtenido de https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf

ANEXOS

Anexo 1: informe turnitin.



turnitin

Identificación de reporte de similitud: oid:11830:162430282

NOMBRE DEL TRABAJO

MONOGRAFÍA COMPLETA-PEDRO DELVI CIER- Listo..docx

RECUENTO DE PALABRAS

16809 Words

RECUENTO DE CARACTERES

93670 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

131 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

14.0MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 24, 2022 3:44 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 24, 2022 3:53 PM GMT-5

● 19% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 19% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● Excluir del Reporte de Similitud

- Fuentes excluidas manualmente
- Bloques de texto excluidos manualmente

Anexo 2: formulario de encuesta

PETS WORLD

Tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para mascotas.

ENCUESTA

Fecha:

Señor(a): el objetivo de esta encuesta es recolectar datos e información sobre las necesidades y preferencias de las familias que tienen mascotas en sus hogares, la interpretación y análisis de los resultados servirán como base para un estudio de mercado y la viabilidad de este proyecto en el mercado por lo que le solicitamos su sinceridad y honestidad al responder el cuestionario. La información recolectada será de carácter reservada y de uso confidencial.

A. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

☐ 25 a 35 años

☐ 36 a 45 años

☐ 46 a 55 años

☐ 56 a 65 años

B. Genero.

☐ masculino ☐ femenino

P 1) ¿Le gustan los animales domésticos?

☐ SI ☐ NO

P 2) ¿Tiene usted animales domésticos en casa?

☐ PERROS ☐ GATOS ☐ OTROS ☐ NINGUNO

P 3) ¿Cuántas mascotas tiene usted en el hogar?

☐NINGUNA ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 O MAS

P 4) ¿Considera usted que es importante una buena salud, higiene y estética de su mascota?

☐ SI ☐ NO

P 5) ¿Qué tipo de productos y accesorios adquiere usted para el cuidado de su mascota?

☐ ALIMENTOS ☐ SUPLEMENTOS NUTRICIONALES ☐ ASEO E HIGIENE ☐ ESTETICOS ☐ OTROS ☐ NINGUNO

P 6) ¿Con qué frecuencia adquiere usted productos y accesorios para su mascota?

☐ Semanal ☐ Quincenal ☐ Mensual ☐ Anual ☐ No lo hace

P 7) ¿Cuál es el presupuesto mensual que asigna usted para el cuidado y bienestar de su mascota?

☐ 20 $ ☐ 30 $ ☐ 40 $ ☐ 50 $ o mas ☐ No lo hace

P 8) ¿Considera usted que es adecuado abrir una tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para mascotas en la parroquia Pacayacu?

☐ SI ☐ NO

P 9) ¿Considera usted que existe alguna tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para mascotas en el sector?

☐ SI ☐ NO

P 10) ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir de la tienda especializada en la venta directa de productos y accesorios para mascotas denominada Pets World?

☐ 5% descuento en la compra de un producto especifico.

☐ ofertas especiales 2x1.

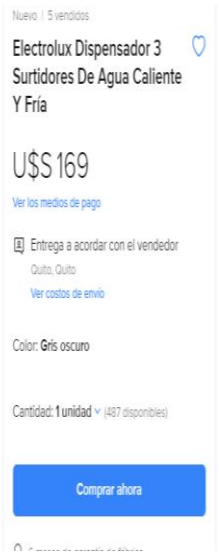
☐ 20% de descuento en un segundo producto.

☐ 1 accesorio gratis.

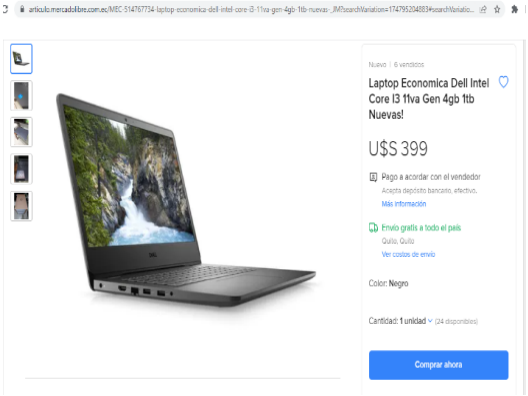
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Elaborado por: Delvicier, P. (2022). Formulario de encuesta, Pets World.

Anexo 3: equipos industriales



Anexo 4: equipos de computación



Anexo 5: muebles y enseres

Nuevo | 60 vendidos

Estanterías Metalicas (Somos Fabricantes)

U$S 65

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Color: Blanco

Cantidad: 1 unidad (33 disponibles)

Comprar ahora

1 meses de garantía de fábrica.

Nuevo | 12 vendidos

Mostradores Vitrinas Exhibidores Modulos Fabricamos Bajo Ped

U$S 199

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedo
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (954 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Nuevo | 34 vendidos

Estación De Trabajo Tipo L Escritorio - Mueble De Oficina

U$S 160

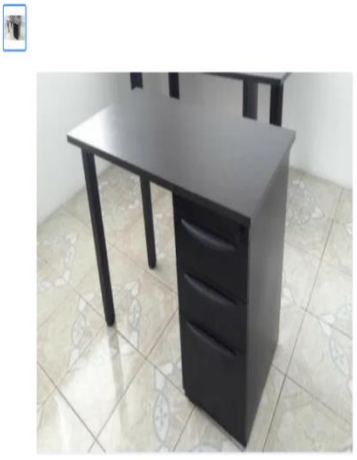
Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (45 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor



Nuevo | 20 vendidos

Escritorios Metálicos Con Ta- bleros De Madera Para Oficinas

U$S 100

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (4 disponibles)

Nuevo | 83 vendidos

Silla Ejecutiva Ergonómica De Oficina.

U$S 51[80]

Pago a acordar con el vendedor
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Ver costos de envío

Color: Negro

Material Del Tapizado: Goma

Cantidad: 1 unidad (56 disponibles)

Comprar ahora

Nuevo | 9 vendidos

Mesas De Sala Auxiliares O Mesas De Centro Nórdicas.

U$S 65

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Calderón (Carapungo), Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (16 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Nuevo | 39 vendidos

Silla De Espera - Censa - Muebles De Oficina

U$S 25

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (38 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 6: equipos industriales de seguridad

Nuevo | 25 vendidos

Extintores Pqs Y Co2 10 Libras Luae Bombero Venta Pqs Quito

U$S 20[50]

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Iñaquito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (609 disponibles)

Comprar ahora

Nuevo | 76 vendidos

Fabrica De Señaleticas Norma Inen 20x30 Personalizada Pvc

U$S 2[50]

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vende
Belisario Quevedo, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (421 disponibles

Comprar ahora

1 años de garantía de fábrica.

Botiquin Primeros Auxilios

U$S 30

Hasta 1 cuotas

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Iñaquito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (486 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto qu esperabas o te devolvemos tu dinero.

12 meses de garantía de fábrica.

Dispensador De Jabón Gel O Alcohol Liquido 650ml

U$S 10[49]

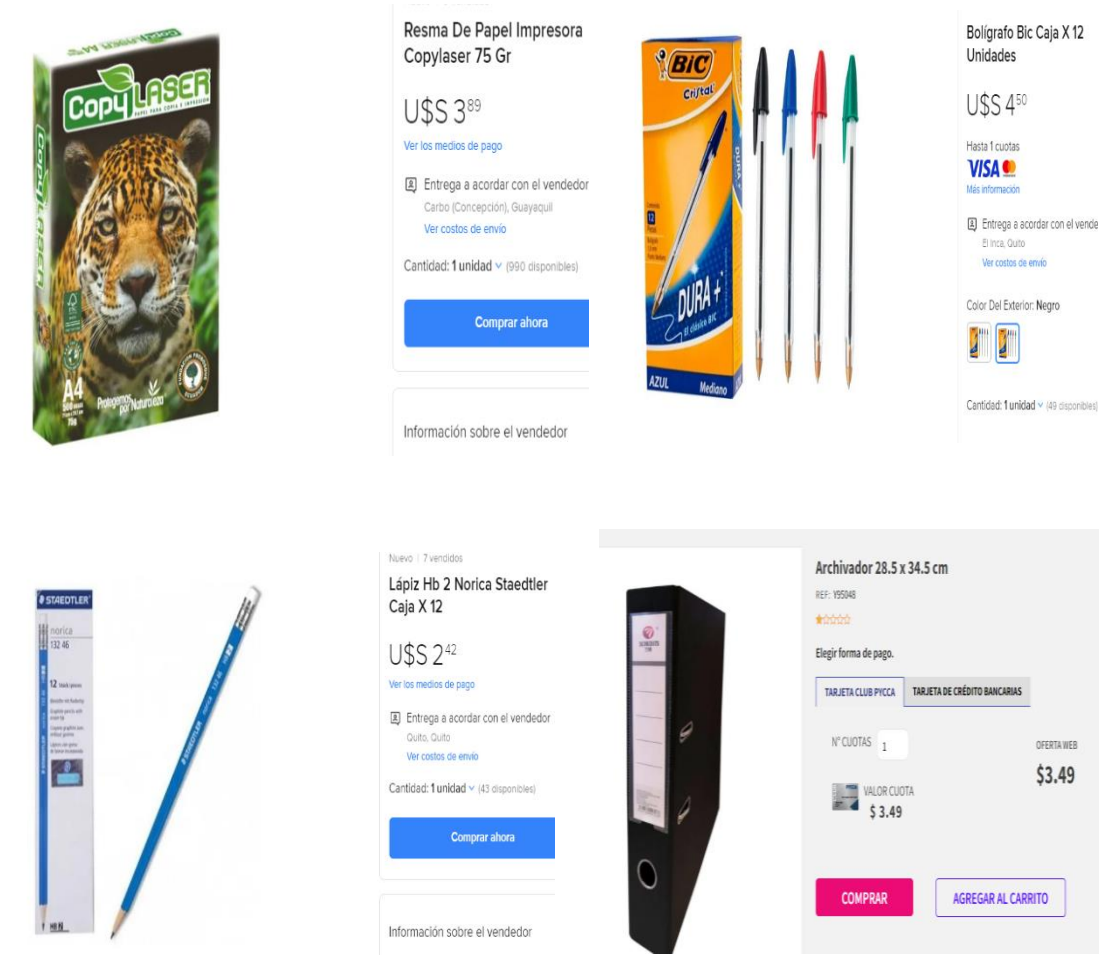
Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta
crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (18 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 7: suministros de oficina



Nuevo | 3 vendidos

Grapadora Swingline 747 Clasica Guayaquil Y Provici Entre

U$S 9^99

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedo
Carbo (Concepción), Guayaquil
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (97 disponibles)

Comprar ahora

Nuevo

Perforadora Eagle P5024b 80 Mm Todo Importado Papeles

U$S 2^28

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Riobamba, Chimborazo
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (299 disponibles)

Comprar ahora

Agendas Premium 2022 Para Grabado Láser Excelente Cuerina

U$S 2^50

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Iñaquito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (9809 disponibles)

Comprar ahora

Caja Aprieta Papel Brinder Clip 12 Pcs

U$S 2^80

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedo
Guayaquil, Guayaquil
Ver costos de envío

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (24 disponibles)

Comprar ahora

Nuevo

Clips Mariposa 6920 Alex Caja X 50u

U$S 1^09

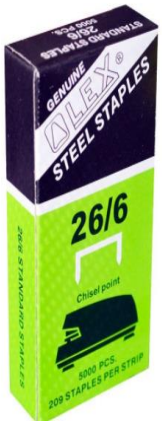
Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendec
Quito, Quito
Ver costos de envío

Color: METAL

Cantidad: 1 unidad (50 disponibles)

Comprar ahora



GRAPAS ALEX 26/6 5000U

☆☆☆☆☆ | 0 Reviews | Escriba un

$1,18

Impuestos incluidos

Marca ALEX

REFERENCIA 7861145900036 EN STC

Referencias específicas

GRAPAS ALEX 26/6 5000U

CANTIDAD 1 Añadir al carr

Anexo 8: insumos de limpieza

Trapeador 360 Con Sistema De Lavado Y Centrifugado

U$S 11.50

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (937 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Ubicación

Nuevo | 1 vendido

Cloro Biosolutions Institucional 2,5 Galón

U$S 5

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (22 disponibles)

Comprar ahora

Desinfectante Lysol Liquido Galón Mata 99,99% Bacterias G

U$S 10.68

Ver los medios de pago

Envío gratis a todo el país
Belisario Quevedo, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (16 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Jabon Liquido Antibacterial Dr Clean Galon

U$S 6.20

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (47 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Ubicación

Papel Higienico Institucional Bouquet Rollo De X 250m Doble

U$S 1.75

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (294 disponibles)

Comprar ahora

Nuevo | 1 vendido

Toalla De Papel En Rollo De 305m Largo X 19cm Ancho Scott

U$S 15

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Loja, Loja
Ver costos de envío

Color: Blanco

Nombre Del Diseño: PAPEL

¡Última disponible!

Comprar ahora

Nuevo | 1 vendido

Papelera Basurero Tacho Multicolor

U$S 3[75]

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor

Quito, Quito

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Cepillo Escobilla Flexible Para Baño

U$S 3

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vended

Quito, Quito

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (999 disponibles)

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Detergente En Polvo Unilimpio

U$S 12

Pago a acordar con el vend

Más información

Entrega a acordar con el ve

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (43 disponit

Comprar ahora

1 meses de garantía de fábrica.